

SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENINGKATAN JUMLAH PASIEN RAWAT INAP PADA RUMAH SAKIT IBU DAN ANAK (RSIA) ANDINI PEKANBARU



DAFTAR ZK	
PERPUSTAKA	SULTAN SYARIF KASIM RIAU
NO.	20113111611
TGL.	16 November 2011
PARAF	

Oleh :

IMRON RAMADHANI
10671004692

**PROGRAM S1
JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2011**

SKRIPSI
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENINGKATAN JUMLAH PASIEN RAWAT INAP
PADA RUMAH SAKIT IBU DAN ANAK (RSIA)
ANDINI PEKANBARU

Dinjukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
sarjana ekonomi (SE) pada unipersitas islam negeri
Sultan Syarif Kasim Riau



Oleh :

IMRON RAMADHANI
10671004692

PROGRAM S1
JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2011

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : IMRON RAMADHANI
NIM : 10671004692
JURUSAN : MANAJEMEN
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI PENINGKATAN JUMLAH PASIEN
RAWAT INAP PADA RUMAH SAKIT IBU DAN ANAK
(RSIA) ANDINI PEKANBARU

DISETUJUI OLEH

PEMBIMBING I



SEHANI, SE., MM
NIP. 197412112007102004

PEMBIMBING II




FERZAL RACHMAD, SE., MM
NIK. 13070710

DIKETAHUI OLEH

DEKAN




MAHENDRA ROMUS, MEc. Ph.D
NIP. 197111192005011004

An. KETUA JURUSAN



RIKI HANDRI MALAU, SE., MM
NIP. 19710124 200701 1 020

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : IMRON RAMADHANI
NIM : 10671004692
JURUSAN : MANAJEMEN
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI PENINGKATAN JUMLAH PASIEN
RAWAT INAP PADA RUMAH SAKIT IBU DAN ANAK
(RSIA) ANDINI PEKANBAR

PANITIA PENGUJI

KETUA -



Drs. H. KODRI NAWAWI, MA
NIP. 19480414 197803 1 001

SEKRETARIS



IRIEN VIOLINDA ANGGRIANI, SE., MSI
NIP. 19751106 2007 102 003

ANGGOTA

PENGUJI I



DONY MARTIAS, SE., MM
NIP. 1976 0306 2007 10 1 004

PENGUJI II



UMI RACHMAH DAMAYANTI, SE., MM
NIK. 130 707 015

ABSTRAKSI
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENINGKATAN JUMLAH PASIEN RAWAT INAP
PADA RUMAH SAKIT IBU DAN ANAK (RSIA)
ANDINI PEKANBARU

Oleh :

IMRON RAMADHANI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apakah yang mempengaruhi peningkatan jumlah pasien rawat inap pada rumah sakit ibu dan anak (RSIA) andini pekanbaru dan untuk mengetahui kebijakan apa yang telah dilakukan oleh RSIA Andini dalam melakukan pelayanan pada pasien rawat inap. Dalam pengambilan data yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pasien rawat inap pada tahun 2010 di RSIA Andini Pekanbaru dengan jumlah populasi sebesar 1951 pasien dan jumlah sampel penelitiannya adalah 95 pasien. Metode pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling dimana teknik penentuan sampel berdasarkan kesengajaan, yaitu sampel sengaja ditemui oleh peneliti

Dari hasil penelitian, Berdasarkan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F diperoleh $F_{hitung} 32,1134 > F_{tabel} 2,30$ dan P Value sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$. Hal ini berarti variabel independen secara bersama-sama mempunyai hubungan dengan variabel dependen. Artinya variabel tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap Peningkatan jumlah pasien rawat inap pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Andini Pekanbaru. Dengan demikian hipotesis diterima. Dan dari hasil Uji t diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel tangible sebesar 2.675 (lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,980, dan P Value sebesar $0,009 < 0,05$.) kemudian untuk variabel responsiveness sebesar 2.465 (lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,980, dan P Value sebesar $0,016 < 0,05$.) selanjutnya untuk variabel assurance sebesar 4.388 (lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,980, dan P Value sebesar $0,000 < 0,05$.) variabel empathy sebesar 2.717 (lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,980, dan P Value sebesar $0,008 < 0,05$.) dan untuk variabel reliability sebesar 4.211 (lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,980, dan P Value sebesar $0,000 < 0,05$.) karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai P Value lebih kecil dari nilai α 0.05, maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap Peningkatan jumlah pasien rawat inap pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Andini Pekanbaru. Berdasarkan perhitungan nilai tersebut diatas diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.641. Hal ini menunjukkan bahwa tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy secara simultan memberikan pengaruh sebesar 64,10% terhadap Peningkatan jumlah pasien rawat inap pada Rumah Sakit Ibu Dan Anak Andini Kota Pekanbaru.

Kata kunci : Peningkatan jumlah pasien, tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmatnya, sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Jumlah Pasien Pada Rumah Sakit Ibu Dan Anak (RSIA) Andini Pekanbaru

Skripsi ini dapat diselesaikan tidak lepas dari bantuan dan bimbingan berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada

1. Ayahanda tercinta Ali Azwan S,pd. dan Ibunda tercinta Yusmaniar yang telah memberikan segalanya pada penulis, sehingga berhasil menyelesaikan skripsi ini
2. Bapak Mahendra Romus, M.Ec. Ph.D sebagai Ketua Jurusan Manajemen dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu social Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
3. Ibu Sehani SE. MM sebagai pembimbing I yang telah berperan besar dalam penulisan skripsi ini
4. Bapak Ferizal Rachmad SE. MM sebagai pembimbing II yang telah banyak membantu dalam penulisan skripsi ini
5. Staf Rumah Sakit Andini Pekanbaru yang selalu memberikan kemudahan kepada penulis disaat melakukan penelitian
6. Kakak serta adik-adik tersayang yang selalu memberikan dukungan kepada penulis

7. Seseorang special, yang selalu menemani dan memberikan dukungan serta semangat dalam keadaan apapun.
8. Sahabat terbaik Abdull, Avria Lensi, Kuraiadi, Narisman, Nurhamadi. serta teman-teman seperjuangan Manajemen lokal A 2006. Terima kasih atas segalanya, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan
9. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu proses penyelesaian skripsi ini

Dalam skripsi ini tentunya masih terdapat kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Penulis berharap, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca. Wassalam . . .

Pekanbaru , 2011

Penulis

Inron Ramadhani

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan.....	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.4 Sistematika penulisan.....	9
BAB II : TELAAH PUSTAKA.....	11
2.1 Pengertian Pemasaran.....	11
2.2 Pemasaran Jasa.....	15
2.3 Pengertian Pelayanan.....	18
2.4 Kualitas pelayanan Jasa.....	20
2.5 Pengertian Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan.....	24
2.5.1 Pengertian Pelanggan.....	24
2.5.2 Kepuasan Pelanggan.....	25
2.6 Standar Pelayanan Rumah Sakit.....	27
2.7 Manajemen Rumah Sakit.....	29
2.8 Pandangan Islam.....	32

	2.9 Penelitian Terdahulu.....	33
	2.10 Hipotesis.....	36
	2.11 Variabel Penelitian.....	37
BAB III	: METODOLOGI PENELITIAN.....	38
	3.1 Waktu dan lokasi Penelitian.....	38
	3.2 Jenis dan Sumber Data.....	38
	3.3 Populasi dan Sampel	38
	3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	39
	3.5 Analisis Data.....	40
BAB IV	: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	43
	4.1 Sejarah Berdirinya Perusahaan.....	43
	4.2 Visi, Misi dan Motto.....	44
	4.3 Fasilitas Rumah Sakit.....	44
	4.4 Tugas dan Fungsi Struktur Organisasi RSIA Andini....	49
BAB V	: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
	5.1 Analisis Tangible.....	53
	5.2 Analisis Variable Responsiviness.....	54
	5.3 Analisis Variable Assurance.....	55
	5.4 Analisis Variable Empaty.....	57
	5.5 Analisis Variable Reability.....	58
	5.6 Analisis Variable Peningkatan Jumlah Pasien.....	59
	5.7 Uji Normalitas Data.....	60
	5.8 Uji Asumsi Klasik.....	62

5.8.1 Uji Multikolinearitas.....	62
5.8.2 Autokorelasi.....	63
5.8.3 Heteroskedastisitas.....	64
5.9 Analisis Data.....	65
5.10 Pengujian Hipotesis.....	68
5.10.1 Uji Simultan (Uji F).....	68
5.10.2 Uji Parsial (Uji T).....	69
5.10.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	71
BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
6.1 Kesimpulan.....	72
6.2 Saran.....	73

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Data Pasien Pada Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini Pekanbaru 2006-2010.....	3
Tabel 1.2	: Tarif Pelayanan Medis Pada Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini Pekanbaru.....	6
Tabel 1.3	: Jumlah Tenaga Medis di Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini Pekanbaru.....	7
Tabel 5.1	: Jawaban Responden Tentang Tangible Pada Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini Pekanbaru.....	53
Tabel 5.2	: Jawaban Responden Tentang Responsiviness Pada Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini Pekanbaru.....	55
Tabel 5.3	: Jawaban Responden Tentang Assurance Pada Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini Pekanbaru.....	56
Tabel 5.4	: Jawaban Responden Tentang Empaty Pada Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini Pekanbaru.....	57
Tabel 5.5	: Analisis Variabel Reability.....	58
Tabel 5.6	: Jawaban Responden Tentang peningkatan jumlah pasien Pada Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini Pekanbaru.....	60
Tabel 5.7	: Hasil Uji Multi Kolinierita.....	62
Tabel 5.8	: Hasil Uji Autokorelasi.....	63
Tabel 5.9	: Hasil Uji Regresi Berganda.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	: Konsep Inti Pemasaran.....	13
Gambar 4.1	: Struktur Organisasi RSIA Andini.....	48
Gambar 5.1	: Normal P-P of Regression Standardizer Residual.....	61
Gambar 5.2	: hasil Uji Heteroskedastisitas	65

BAB I

PENDAHULUAN

1.1..Latar Belakang Masalah

Peningkatan kualitas merupakan salah satu strategi bisnis yang ditekankan pada pemenuhan keinginan konsumen yang akan berdampak pada peningkatan jumlah konsumen. Kualitas merupakan inti kelangsungan hidup sebuah lembaga atau bisnis, oleh karena itu gerakan revolusi mutu melalui pendekatan Manajemen Mutu Terpadu (TQM) menjadi tuntunan yang tidak bisa diabaikan jika suatu lembaga atau unit bisnis itu ingin tetap hidup, berkembang dan selalu dipersepsikan baik oleh konsumen. Disisi lain, kinerja suatu unit bisnis terutama bisnis jasa, diharapkan bisa dapat meningkatkan kinerjanya, dimulai dengan mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan yang diperoleh konsumennya, serta kemudahan urusan dalam hal pembayaran dan administrasi. Persaingan yang ketat akhir-akhir ini menuntut sebuah lembaga atau unit bisnis penyedia jasa atau layanan untuk selalu memanjakan konsumen dengan memberikan pelayanan yang baik. Para pelanggan akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik padanya (Assauri, 2004;25).

Rumah sakit merupakan suatu lembaga atau unit bisnis yang bergerak dibidang jasa kesehatan kepada masyarakat, yang mana kebutuhan kesehatan amatlah penting, penting untuk masyarakat, bangsa dan Negara, karena apabila kesehatan terabaikan maka masyarakat tersebut akan terus terancam ketakutan, ketakutan kesulitan akan bekerja, bersosial dan bahkan ketakutan akan kematian.

Dan oleh karena itu setiap rumah sakit dapat menetapkan Total Quality Manajemen (TQM) serta memberikan pelayanan terpadu kepada pasiennya. Hal ini dilakukan semata-mata untuk menjamin kepuasan pasiennya dan menjaga loyalitas konsumen

Rumah sakit ibu dan anak (RSIA) Andini Pekanbaru merupakan salah satu rumah sakit bersalin yang ada dipekanbaru. Rumah sakit ibu dan anak (RSIA) Andini Pekanbaru ini adalah rumah sakit yang memberikan pelayanan terpadu kepada para pelanggan atau konsumennya, dan memberikan kemudahan kepada pelanggannya dalam hal system pembayaran dan administrasi.

Berdasarkan pedoman kerja rumah sakit, rumah sakit ibu dan anak (RSIA) Andini pekanbaru memberikan pelayanan sebagai berikut :

1. *Persalinan Normal*
2. *Persalinan Patologis/vacum*
3. *Sectio Caesarea*
4. *Currelluge*
5. *Sectio+Steril*
6. *Sectio +Gameli(kembar)*
7. *Sterilisasi*
8. *Myoma Uteri/Laparolomi*
9. *Cysta Ovarium*
10. *Partus Spontan/Repair Vagina*
11. *Cysta Bartholini*

Sumber : Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini Pekanbaru

Berdasarkan ketentuan diatas Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini Pekanbaru memberikan pelayanan yang lebih spesifik terhadap pasiennya yang membutuhkan sebuah tindakan, namun seiring perkembangan saat ini, semakin banyak berdirinya rumah sakit bersalin tentu persaingan merebut pangsa pasar konsumen semakin ketat. Untuk itu dapat dilihat tentang keadaan Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) andini pekanbaru. Berikut akan disajikan tabel untuk mengetahui jumlah pasien Rawat inap pada Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini Pekanbaru

Tabel 1. Data Pasien Rawat Inap Pada Rumah Sakit Ibu Dan Anak (RSIA) Andini Pekanbaru 2006-2010

	Jenis Pelayanan	Tahun				
		2006	2007	2008	2009	2010
1	<i>Persalinan normal</i>	239	448	1.012	1.183	1.247
2	<i>Sectio Caesarae</i>	79	192	306	464	573
3	<i>Laparotomi</i>	-	-	-	14	8
4	<i>Histerektomi</i>	-	-	-	7	13
5	<i>Steril</i>	-	-	-	37	86
6	<i>Revair vagina</i>	-	-	-	1	13
7	<i>Myomektomi</i>				1	11
Jumlah		318	640	1.318	1.707	1.951

Sumber : Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini Pekanbaru

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah pasien rawat inap Rumah Sakit Ibu dan anak (RSIA) Andini Pekanbaru terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini dapat dilihat pada tahun 2006 sebanyak 318 orang, 2007 sebanyak 640 orang, tahun 2008 sebanyak 1.318 orang, pada tahun 2009 sebanyak 1.707 orang. Kemudian pada tahun 2010 sebanyak 1.951

Disini terlihat adanya peningkatan jumlah pasien dari tahun ke tahun. Dengan memperhatikan data tersebut pengembangan fasilitas dan pelayanan dilakukan sudah cukup baik, tapi perlu ditingkatkan lagi pelayanan maupun fasilitas lainnya agar jumlah pasien bertambah meningkat setiap tahunnya dan dapat bersaing dengan rumah sakit lain. Peningkatan jumlah pasien rawat inap pada Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini Pekanbaru tentunya diikuti oleh manajemen Rumah Sakit diantaranya adalah peran karyawan atau pegawainya dalam melayani pasien, baik pelayanan yang diberikan oleh dokter, perawat maupun oleh pegawai administrasinya. Adapun pelayanan yang diberikan oleh Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini Pekanbaru adalah bertujuan untuk menjaga nama baik perusahaan dan hubungan dengan pelanggannya.

Pelayanan yang diberikan baik dari segi *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empaty*. merupakan kualitas pelayanan jasa kesehatan terhadap pasien dan merupakan fokus utama dari pekerjaan setiap pegawai atau karyawan, dan lingkungan kerja yang baik akan memberikan pengaruh positif terhadap kinerja pegawai dan kelangsungan kesembuhan pasien.

Untuk menjaga hubungan baik dengan konsumen, hendaklah karyawan dan pegawai rumah Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini Pekanbaru mampu menjaga kedisiplinan pelayanan, yaitu pelayanan yang teratur dan tepat waktu, sehingga pasien tidak perlu menunggu lama untuk menjalani proses administrasi, pengobatan dan penyembuhan serta pengambilan obat, hal ini didukung oleh sikap ramah tamah, sopan santun dari para pegawai atau karyawan dan sikap mau mendengarkan keluhan-keluhan dari permasalahan yang dihadapi oleh pasien, yaitu dengan memberikan pertolongan dalam bentuk pemberian informasi-informasi yang jelas dan mudah dimengerti oleh pasien atau keluarga pasien. Pengetahuan yang dimiliki oleh para karyawan dan pegawai dapat membantu terciptanya harapan bagi kesembuhan pasien yang merupakan jaminan dan kepastian dalam menjawab permasalahan yang diderita pasien, tanpa harus membedakan keadaan status sosial pasien tersebut.

Sebagai perusahaan jasa yang mengutamakan pelayanan terpadu kepada pelanggannya dan dipersepsikan sebagai perusahaan yang berkualitas, maka untuk dapat menjamin hubungan baik dengan konsumen dibutuhkan karyawan dan pegawai yang solit terhadap perusahaannya. Fasilitas yang ada tidaklah akan ada artinya bila hal tersebut tidak ditangani oleh tangan-tangan yang terampil dan mempunyai etos kerja yang tinggi, rasa cinta yang tinggi pada perusahaan dan pelanggan. Rasa *empathy* pegawai sangatlah diinginkan oleh konsumen dalam proses penyembuhan dan pengobatannya. *Responsiveness* serta *Assurance* yang tinggi akan menambah kepercayaan pasien terhadap kualitas rumah sakit, kesolitan pihak rumah sakit yang tinggi dalam menangani konsumennya akan

mendatangkan loyalitas terhadap konsumen.

Salah satu cara menempatkan perusahaan jasa lebih unggul dari pada pesaingnya adalah memberikan pelayanan yang lebih bermutu dibandingkan dengan para pesaingnya, kuncinya adalah memenuhi atau melebihi harapan pasien.

Didalam pemasaran jasa pada dasarnya harus membayar lebih, hal ini dapat terasa sekali pada perusahaan jasa rumah sakit, dimana baik pasien maupun pihak keluarga akan mengutamakan ketenangan dan kenyamanan. Berikut bisa dilihat dari system tarif yang diberikan oleh pihak Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini Pekanbaru pada masing-masing tindakan.

Tabel 2. Tarif Pelayanan Medis Pada Rumah Sakit ibu dan Anak (RSIA) Andini Pekanbaru

NO	TINDAKAN	HARI	KELAS	VIP	G. VIP	PRESIDENT SUITE
1	<i>Persalinan Normal</i>	2	2.800.000	3.930.000	4.895.000	5.950.000
2	<i>Persalinan Patologis</i>	2 s/d 3	3.800.000	5.260.000	6.690.000	8.030.000
3	<i>Sectio Caesarea</i>	3 s/d 4	7.900.000	10.000.00	12.485.000	14.560.000
4	<i>Curretage</i>	1	2.500.000	2.800.000	3.350.000	3.850.000
5	<i>Sectio+Steril</i>	3 s/d 4	9.390.000	11.265.00	13.785.000	15.000.000
6	<i>Sectio+Gameli(kembar)</i>	3 s/d 4	9.800.000	12.000.00	14.000.000	16.000.000
7	<i>Sterilisasi</i>	3	5.000.000	6.400.000	7.280.000	8.400.000
8	<i>Laparotomi</i>	3 s/d 4	7.990.000	9.375.000	10.915.000	12.650.000
9	<i>Cysta Ovarium</i>	3 s/d 4	7.990.000	9.375.000	10.915.000	10.515.000
10	<i>Reparir Vagina</i>	3 s/d 4	5.950.000	7.465.000	8.960.000	10.515.000
11	<i>Cysta Bartholini</i>	3 s/d 4	3000.000	3.500.000	4.000.000	5.000.000

Sumber: Rumah Sakit ibu dan Anak (RSIA) Andini Pekanbaru

Pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa tarif yang diberikan sesuai dengan kelas-kelasnya. Tetapi penerapan harga yang sesuai dengan harapan pasien belum dapat merebut pangsa pasar yang lebih banyak sehingga dapat meningkatkan penjualan jasanya. Sebab dengan harga saja, untuk kalangan segmen tertentu belum cukup sebagai penarik minat untuk memberi jasa yang ditawarkan, seandainya mutu jasa yang ditawarkan belum memenuhi kriteria yang mereka inginkan. Perusahaan yang bergerak dibidang jasa pelayanan rumah sakit yang menjadi pelayanan jasa disini dapat kita lihat pada tabel dibawah ini

Tabel 3. Jumlah Tenaga Medis di Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini Pekanbaru

NO	Layanan Produk	Jumlah Tenaga Ahli
1	Dokter spesialis kandungan	3 Orang
2	Dokter spesialis anak	2 Orang
3	Dokter spesialis anastesi	3 Orang
4	Dokter umum	5 Orang
5	Tenaga Bidan	44 Orang
6	Tenaga Perawat	19 Orang
Jumlah		76 Orang

Sumber : Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini Pekanbaru

Dari tabel diatas, dapat kita lihat jumlah tenaga medis pada Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini Pekanbaru cukup lengkap. dari jasa yang dihasilkan berhubungan erat dengan konsumen, dalam hal ini pasien dalam suatu rumah sakit.

2. Untuk mengetahui kebijakan apa yang telah dilakukan oleh RSIA Andini Pekanbaru dalam melakukan pelayanan pada pasien

Manfaat Penelitian

1. Sebagai bahan masukan bagi pihak rumah sakit guna kepentingan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga rumah sakit dapat menghadapi atau dapat bersaing dengan rumah sakit lain
2. Sebagai bahan referensi bagi pihak yang ingin melakukan penelitian dengan masalah yang sama

1.4. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penelaahan dari penulisan ini maka secara garis besar dapatlah penulis sajikan sistematika sebagai berikut:

BAB I. Pendahuluan

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang terdiri dari latar belakang , rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan diakhiri dengan sistematika penulisan

BAB II. Telaah Pustaka

Bab ini membahas mengenai teori yang berhubungan dengan materi yang disajikan yaitu pengertian pemasaran, pemasaran jasa, pengertian pelayanan, kualitas pelayanan jasa, pengertian pelanggan dan kepuasan pelanggan, standar pelayanan rumah sakit, manajemen rumah sakit, pandangan Islam, penelitian terdahulu, hipotesis dan variabel penelitian.

BAB III. Metode Penelitian

Bab ini menerangkan tentang letak lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, analisa data, uji kuantitas, validasi dan realibilitas

BAB IV. Gambaran Umum Perusahaan

Bab ini menguraikan sejarah singkat rumah sakit, tujuan dan misi rumah sakit struktur organisasi serta aktivitas perusahaan.

BAB V. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada Bab ini penulis akan membuat hasil penelitian dan pembahasan tentang pelayanan rumah sakit, fasilitas kesehatan yang disediakan, mutu tenaga medis serta tarif berobat

BAB VI. Kesimpulan dan Saran

Dalam Bab ini penulis membuat kesimpulan-kesimpulan dan uraian pembahasan serta mengajukan saran-saran yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah kegiatan manajemen berdasarkan fungsinya yang ada pada intinya berusaha untuk mengidentifikasi apa yang sesungguhnya yang dibutuhkan oleh konsumen dan bagaimana cara pemenuhannya dapat diwujudkan. Untuk dapat mengidentifikasi apa yang dibutuhkan konsumen, maka pembisnis perlu melakukan riset pemasaran, diantaranya berupa survei tentang keinginan konsumen sehingga pembisnis bisa mendapatkan informasi mengenai apa yang sesungguhnya dibutuhkan konsumen. (Enie & Saefullah, 2005 : 4).

Sedangkan *philip kotler* mendefenisikan pemasaran adalah merupakan proses sosial dimana individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan apa yang mereka inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran yang bebas atas produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain. (Kotler, 2005 : 10).

Dalam referensi buku lainnya pemasaran adalah proses pemberian kepuasan pelanggan untuk mendapatkan laba. Dua sasaran pemasaran yang utama adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai yang unggul dan mempertahankan pelanggan saat ini dengan memberikan kepuasan. (Kotler & Amstrong, 2001:5).

Menurut Mc Couty (dalam Zaharuddin Harmaizar 2006 : 47) menyebutkan empat variable penting dalam pemasaran yaitu:

1. Produk (*product*)

suatu yang ditawarkan kepasar agar barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan, keinginan, kepuasan konsumen. Maka produk tersebut dapat di desain sesuai pasar sasaran

2. Harga (*price*)

khususnya pada perusahaan yang baru berdiri ataupun pada perusahaan yang sedang mengembangkan produk barunya harus menetapkan harga jual produknya.harga jual merupakan faktor yang paling penting yang harus ditetapkan sedemikian rupa. Kcsalahan dalam menentukan harga jual akan berakibat fatal bagi perusahaan.

3. Tempat (*place*)

Merupakan suatu aktifitas dari produsen yang berusaha untuk mendistribusikan atau menyalurkan produknya hingga mencapai kekonsumen akhir. Tanpa suatu strategi distribusi yang baik akan mendapatkan kesulitan untuk menyebarkan atau menyalurkan produknya keseluruh segmentasi pasar yang telah direncanakan

4. Promosi (*promotion*)

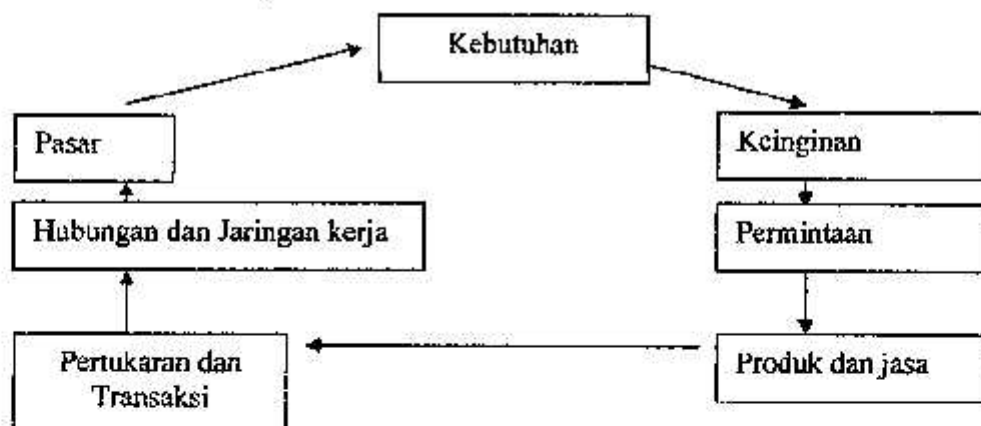
merupakan suatu kegiatan perencanaan yang membaurkan dengan periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, publisitas dan hubungan masyarakat. Dalam rangka untuk berkomunikasi kepada pelanggan tentang suatu produk dan mempengaruhinya dalam keputusan pembeli.

Pemasaran adalah kegiatan untuk mengetahui kebutuhan konsumsi dan keinginan konsumen dipasar serta alat untuk memasarkan produk dan jasa dari perusahaan tersebut. Konsep inti pemasaran dalam usaha kesehatan (Sari, 2008:3)

Pemasaran usaha kesehatan bukan sesuatu yang tabuh untuk dilakukan pada organisasi pelayanan kesehatan karena pada dasarnya pemasaran usaha kesehatan mengarah pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan dan bukan mengarah kepada *komersialisasi* pelayanan kesehatan dan pemanfaatan *customer ignorance* semata. Kepuasan pelanggan adalah tujuan utama kegiatan pemasaran.

Dibawah ini gambar konsep inti pemasaran dan keterangannya dalam usaha kesehatan :

Gambar 2.1 : Konsep Inti Pemasaran



Sari, (2008 : 3)

Keterangan (Sari, 2008 : 3) :

- A. Kebutuhan adalah suatu keadaan yang dirasakan tidak ada dalam diri seseorang atau merupakan tuntunan dasar manusia, seperti makanan, pakaian, tempat berlindung dan kesehatan. Rumah sakit tidak menciptakan kebutuhan pasien dan masyarakat namun sebaliknya rumah sakit mencari apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh pasien dan masyarakat demi kepuasan mereka
2. Keinginan adalah hasrat untuk memenuhi kebutuhan yang bentuk oleh kultur dan kepribadian individu
3. Permintaan adalah keinginan akan produk yang spesifik yang didukung oleh kemampuan untuk membayar atau membeli
4. Produk adalah sesuatu yang ditawarkan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan. Rumah sakit menawarkan jasa yang salah satu sifatnya tidak tampak (*intangible*) sehingga peran sumber daya, fasilitas dan tenaga kerja (medis, para medis, para medis non keperawatan, manajerial, perkara dll) sangat penting karena mereka dianggap sebagai produk tampaknya yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pasien dan masyarakat tersebut
5. Nilai dan kepuasan merupakan rasio antara apa yang didapat dan apa yang diberikan kepada pelanggan, sehingga suatu produk dikatakan berhasil apabila mampu memberikan nilai dan kepuasan kepada pembeli sasaran.
6. Pertukaran transaksi mencakup perolehan produk yang diinginkan seseorang dan menawarkan sesuatu sebagai gantinya, atau pertukaran

adalah proses penciptaan nilai karena pada dasarnya memungkinkan keadaan kedua belah pihak menjadi lebih baik.

7. Hubungan dan jaringan kerja transaksi menciptakan pemasaran hubungan yang bertujuan membangun jangka panjang yang saling memuaskan dengan pihak-pihak yang memiliki kepentingan utama pelanggan, pemasok, distributor, dengan hasil akhir yang diharapkan terbentuknya aset organisasi pelayanan kesehatan yang disebut jaringan pemasaran. Jaringan pemasaran terdiri dari organisasi pelayanan kesehatan dan pemercaya (*stakeholder*) pendukung atau pemegang kepentingan seperti pasien/pelanggan, karyawan, pemasok, perujuk, ilmuwan dll yang saling membina hubungan timbal balik yang saling menguntungkan.

2.2 Pemasaran Jasa

Pemasaran jasa merupakan sebuah faktor penting dalam suatu siklus yang bermula dan berakhir dengan kebutuhan konsumen. Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata jasa itu sendiri mempunyai banyak arti, dari mulai pelayanan personal (*personal service*) sampai jasa sebagai suatu produk.

Jadi pada dasarnya jasa merupakan semua aktifitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah seperti misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, kesehatan atau pemecahan atas masalah yang dihadapi konsumen.

Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak. (Lupiyoadi, 2001 : 6)

Observasi dan pengamatan yang dilakukan oleh pemain-pemain disektor jasa mengemukakan lima langkah yang dapat dilakukan untuk meraih kunci sukses didunia jasa yakni (Lupiyoadi, 2001 : 7)

1. *Renewing The Service Offering* (memperbaharui jasa yang ditawarkan)
2. *Localizing The Poin-Of-Service* (mengalokasikan sistem poin of service)
3. *Leveraging The Service Contract* (menyelenggarakan kontrak layanan sebagai hambatanlarinya konsumen)
4. *Using Information Power Strategically* (menggunakan kekuatan informasi)
5. *Determining The Strategic Value Of A Service Business* (menentukan nilai strategis jasa pada konsumen)

Omset penjualan jasa tergantung pada aktifitas perusahaan, ini berhubungan dengan kebijaksanaan pemasaran dalam suatu perusahaan. Pemasaran jasa merupakan sebuah faktor penting dalam suatu siklus yang bermula dan berakhir dengan kebutuhan konsumen.

Dengan demikian,konsumen tidak dapat menilai kualitas jasa sebelum ia merasakan dan mengkonsumsinya sendiri. Bila pelanggan membeli suatu jasa, ia hanya menggunakan , memanfaatkan atau menyewa jasa tersebut. Konsumen akan menyimpulkannya : kualitas jasa dan tempat (*place*), orang (*people*), peralatan (*equipment*), bahan-bahan komunikasi dan harga yang diamati.

Dalam hal ini pemasaran menghadapi tantangan untuk memberikan bukti-bukti fisik dan perbandingan pada penawaran abstraknya.

Barang biasanya diproduksi kemudian dijual lalu dikonsumsi, sedangkan jasa produksinya dan dikonsumsi secara bersama. Interaksi antara penyedia jasa dan konsumen atau pasien merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa

Jasa bersifat sangat variabel karena memiliki banyak variasi bentuk kualitas dan jenis tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Para pembeli jasa sangat peduli dengan variabelitas yang tinggi dan konsumen meminta pendapat lain sebelum memilih.

Dengan ketatnya persaingan sesama perusahaan sejenis mengakibatkan semakin selektifnya selera konsumen atau pemakai jasa terhadap produk yang ditawarkan. Oleh sebab itu persaingan jasa rumah sakit ini bukan sekedar penyediaan jasa yang dibutuhkan oleh para pasien namun lebih dari itu jasa tersebut hendaknya harus dapat memberikan kepuasan yang cukup pada pasien Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini mempunyai kesan yang baik hingga diwaktu yang akan datang.

Strategi didalam dunia usaha merupakan upaya yang perlu dilakukan baik oleh pemerintah sebagai motivator dalam memberikan dorongan serta mengarahkan agar keikutsertaan swasta dalam meningkatkan perekonomian nasional maupun daerah. Disamping pihak swasta sendiri rumah sakit RSIA Andini perlu melakukan terobosan-terobosan baru serta mampu mencermati peluang usaha yang ada.

Menurut Assauri setiap perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan penjualan pasarnya , perlu mengadakan usaha penyempurnaan dan perubahan produk dan dihasilkan kearah yang lebih baik. Strategi dalam hal ini adalah penetapan cara dan penyediaan produk yang tepat bagi pasar yang dituju, sehingga dapat memuaskan konsumen dan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dalam jangka panjang melalui peningkatan penjualan dan pasar. factor yang harus terkandung dalam produk itu sendiri adalah : mutu/kualitas, penempilan, pilihan yang ada, gaya, merek, kemasan, ukuran, jenis, jaminan, dan pelayanan(Assaury, 2004 : 171).

Dalam pemasaran jasa pelayanan merupakan hal yang harus diperhatikan, karena pemasaran jasa menyangkut kepuasan konsumen sulit dihitung dengan satuan, hal ini yang menjadi pokok perhatian jasa (pasien) karena si pemakai jasa tersebut akan menggunakan jasa tersebut yang bertujuan untuk memperoleh suatu kepuasan dari pelayanan jasa yang diberikan.

Oleh sebab itu pelayanan itu merupakan suatu kewajiban didalam pemasaran jasa rumah sakit, dimana konsumen akan berhadapan langsung dengan pelayanan, fasilitas, yang akan dinikmatinya tersebut

Faktor-faktor ini harus mendapatkan perhatian yang serius, mengingat dengan pelayanan yang baik, cepat, tepat dan bertanggung jawab sehingga akan menimbulkan penilaian bagi konsumen (pasien)

Pada konsep pemasaran kedudukan konsumen mendapat tempat yang sangat penting, karena konsumen yang akan membeli produk yang dihasilkan perusahaan tersebut.

Rumah sakit yang merupakan lembaga sosial yang harus menghadapi berbagai tujuan, misalnya kualitas perawatan dan pengobatan, perluasan rumah sakit, pelatihan dan pengembangan, selain itu administrator juga bertanggung jawab kepada yayasan atau lembaga yang berwenang.

2.3. Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak, yang tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun (Amir, 2005 : 11). Pelayanan juga merupakan suatu kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan.

Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan atau melayani secara tidak langsung.

Bagi perusahaan rumah sakit bentuk pelayanan langsung yang diberikan juga diperlukan, seperti menunjukkan ruangan atau nomor kamar pasien. Sedangkan pelayanan tidak langsung adalah melalui mesin-mesin seperti lift, tempat parkir, operator telepon dan lain lain.

Pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang telah ditetapkan. Kemampuan tersebut ditunjukkan oleh sumber daya manusia dan sarana serta pra sarana yang dimiliki. (Kasmir, 2005 : 31)

Pada dasarnya pelayanan terhadap pelanggan tergantung dari latar belakang karyawan tersebut, baik suku bangsa, pendidikan, pengalaman, budaya. Namun agar pelayanan menjadi berkualitas dan memiliki keseragaman, setiap karyawan perlu dibekali dengan pengetahuan yang mendalam tentang dasar-dasar pelayanan. Kualitas yang diberikan tentunya harus sesuai dengan standar tertentu seperti yang diinginkan perusahaan. Tanpa standar tertentu, maka akan sulit untuk memberikan pelayanan yang lebih berkualitas.

2.4. Kualitas Pelayanan jasa

Kualitas pelayanan berpengaruh pada perilaku pembelian, yaitu melalui kepuasan pelanggan. Karena salah satu keunggulan kompetitif yang dapat diciptakan perusahaan adalah memfokuskan bisnisnya pada kepuasan pelanggan, apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Sehingga melalui kepuasan itu konsumen akan melakukan pembelian jasa atau memutuskan untuk menggunakan jasa dan pada akhirnya akan merekomendasikan hal itu kepada orang lain (Tjiptono, 2004 : 61)

Kualitas jasa pelayanan lebih menekankan pada kata pelanggan, pelayanan, kualitas dan level atau tingkat. Kualitas pelayanan merupakan cara terbaik yang konsisten untuk dapat mempertemukan harapan konsumen (standar pelayanan eksternal dan biaya) dan sistem kinerja cara pelayanan (standar pelayanan internal, biaya dan keuntungan)

Karakteristik jasa pelayanan ada empat pokok yang membedakan dengan barang. Keempat karakter tersebut meliputi : (Tjiptono, 2006 : 15)

1. *intangibility*

artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium sebelum dibeli,

2. *inseparability*

biasanya barang diproduksi dulu baru dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa biasanya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa. Keduanya mempengaruhi hasil dari jasa tersebut

3. *variability* :

jasa sangat bersifat variabel karena merupakan *nonstandardized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Ada tiga faktor yang menyebabkan *variabilitas* kualitas jasa Yaitu:

- a) kerjasama atau partisipasi pelanggan selama pencapaian jasa
- b) moral/motivasi karyawan dalam melayani pelanggan
- c) beban kerja perusahaan

4. *perishability*

jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan, kursi pesawat yang kosong, kamar hotel yang tidak dihuni, pada jam tertentu tanpa pasien ditempat praktek dokter gigi akan berlalu/hilang begitu saja

karena tidak dapat disimpan. Dengan demikian jika jasa tidak digunakan, maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja.

Pelayanan terbaik pada pelanggan dan tingkat kualitas dapat dicapai secara konsisten dengan memperbaiki pelayanan dan memberikan perhatian khusus pada standar kinerja pelayanan baik standar pelayanan internal maupun pelayanan eksternal.

Kualitas jasa pelayanan mempunyai dimensi (Tjiptono, 2006 : 70)

- A. *Tangibles* (bukti langsung) yakni meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
- B. *Reliability* (keandalan) yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- C. *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap
- D. *Assurance* (jaminan) yakni mencakup pengetahuan, kemampuan kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keraga-raguan.
- E. *Empati* yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Dimensi kualitas tersebut berpengaruh pada harapan pelanggan dan kenyataan yang mereka terima. Jika kenyataannya pelanggan menerima produk dan pelayanan melebihi harapannya, maka pelanggan akan mengatakan produk

dan pelayanannya berkualitas dan jika kenyataannya pelanggan menerima produk dan pelayanan yang kurang atau sama dari harapannya, maka pelanggan akan mengatakan produk dan pelayanan tidak berkualitas atau tidak memuaskan.

Dimensi kualitas diatas dapat dijadikan dasar bagi pelaku bisnis untuk mengetahui apakah ada kesengajaan atau perbedaan antara harapan pelanggan dan kenyataan yang mereka terima. Harapan pelanggan sama dengan keinginan pelanggan yang ditentukan oleh informasi yang mereka terima dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman masa lalu dan komunikasi eksternal melalui promosi.

Kualitas tidak lepas dari biaya, karena menciptakan produk dan jasa memakai biaya agar apa yang dihasilkan berkualitas. Biaya kualitas adalah biaya yang terjadi atau yang mungkin akan terjadi karena produk cacat atau kualitas yang jelek. Dalam produk atau barang menciptakannya dengan biaya agar kualitas dan mutu produk yang dihasilkan sangat besar, misalnya dengan membeli peralatan yang canggih agar produk dapat diciptakan dengan lebih baik dan cepat.

Dalam bidang jasa juga harus bisa dilakukan dengan cara mengikuti pelatihan-pelatihan dan seminar-seminar seputar pelayanan terhadap pelanggan, agar kualitas dan mutu pelayanan tinggi. Hal ini juga membutuhkan biaya karena karyawan mengikuti pelatihan dan seminar memakai biaya. Biaya dan kualitas merupakan satu kesatuan dan bukanlah sesuatu yang perlu dipertentangkan atau sesuatu yang berlawanan.

Kualitas yang lebih tinggi berarti biaya yang lebih tinggi pula, dengan kata lain peningkatan kualitas pasti dibarengi dengan peningkatan biaya. Biaya tinggi berarti harga jual juga tinggi, tetapi harga yang tinggi tidak selalu mencerminkan kualitas yang tinggi, karena tingginya harga produk dapat pula disebabkan oleh faktor lain seperti: terlalu jauh proses produksinya, terlalu rumit dalam proses, *margin* yang diperoleh terlalu tinggi, pengaruh daya beli konsumen, dan pengaruh hukum permintaan dan penawaran.

2.5. Pengertian Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan

2.5.1. Pengertian Pelanggan

menurut Kotler pelanggan adalah orang yang memaksimalkan nilai dalam keterikatan dan biaya pencarian serta pengetahuan. Mobilitas dan pendapatan terbatas. Mereka membentuk harapan selanjutnya mereka membandingkan nilai actual yang mereka terima dalam mengkonsumsi produk dengan nilai yang diharapkan dan ini mempengaruhi kepuasan dan kebiasaan mereka untuk membeli lagi. (Kotler 2001 : 248)

dalam arti lain pelanggan dapat diartikan semua orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu dan arena memberikan pengaruh pada *performa* perusahaan (Gaspersz 2002 : 73)

Pelanggan merupakan sesuatu yang penting bagi perusahaan untuk kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri. Pelanggan adalah orang yang paling penting yang berhubungan dengan perusahaan, baik tatap muka, melalui telepon maupun melalui surat. Tidak tergantung pada perusahaan, melainkan perusahaan yang tergantung pada pelanggan. Ada juga yang menyebutkan pelanggan bukan

gangguan dalam kerja perusahaan, tetapi pelanggan adalah tujuan dari pekerjaan perusahaan. Pelanggan juga merupakan orang yang harus diperlakukan dengan rasa hormat, diberi perhatian besar, dibantu dengan menunjukkan minat terhadapnya diberikan saran dalam menyelesaikan persoalan, diperlakukan dengan hati-hati dan penuh pertimbangan.

2.5.2 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah harapan.(Kotler dan Susanto, 2000:52). Pelayanan diharapkan membuat pelanggan merasa puas (*Costemer Satisfaction*) adalah dengan memberikan kepada pelanggan apa yang betul-betul mereka butuhkan dan inginkan.

Sedangkan Yamit mengatakan, kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi yang diinginkan (Yamit, 2001 : 78)

Sebenarnya konsep kepuasan pelanggan masih bersifat *abstrak*. Pencapaian kepuasan dapat merupakan proses yang sederhana, maupun kompleks dan rumit. Dalam hal ini peranan setiap individu sangatlah penting dan berpengaruh terhadap kepuasan yang dibentuk.

kepuasan atau ketidak puasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidak sesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana *alternative* dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil diperoleh tidak

memenuhi harapan pelanggan.

Ada kesamaan antara beberapa definisi diatas, yaitu menyangkut komponen kepuasan pelanggan (harapan dan hasil kinerja yang dirasakan). Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterima bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang dan jasa). Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli (Tjiptono, 2006:147).

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

Pasien (konsumen) dalam mengevaluasi kepuasan terhadap jasa pelayanan yang diterima mengacu pada beberapa faktor (Idinis.Wordpress.com/28/12/2007) antara lain:

a. Kualitas produk atau jasa

Pasien akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk atau jasa yang digunakan berkualitas. Persepsi konsumen terhadap kualitas produk atau jasa dipengaruhi oleh dua hal yaitu kenyataan kualitas produk atau jasa yang sesungguhnya dan komunikasi perusahaan terutama Man dalam mempromosikan rumah sakitnya.

b. Kualitas pelayanan

Memegang peranan penting dalam industri jasa. Pelanggan dalam hal ini pasien akan merasa puas jika memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan

c. Faktor emosional

Pasien yang merasa bangga dan yakin bahwa orang lain kagum terhadap konsumen bila dalam hal ini pasien memilih rumah sakit yang sudah mempunyai pandangan rumah sakit mahal, cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

d. Harga

Harga merupakan aspek penting, namun yang terpenting dalam menentukan kualitas guna mencapai kepuasan pasien. Meskipun demikian elemen ini mempengaruhi pasien dari segi biaya yang dikeluarkan, biasanya semakin mahal harga perawatan maka pasien mempunyai harapan yang lebih besar. Sedangkan rumah sakit yang berkualitas sama tetapi harga murah, memberikan nilai yang lebih tinggi pada pasien.

e. Biaya

Mendapatkan produk atau jasa, pasien yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan jasa pelayanan, cenderung puas terhadap jasa pelayanan tersebut.

2.6 Standar Pelayanan Rumah Sakit

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006:65) Di negeri seperti Singapura yang menjadi harapan hidup banyak pasien Indonesia, melakukan pemantauan kualitas pelayanan klinis lewat program Audit Medis Nasional dari kementerian kesehatannya. Hal ini berkaitan dengan Lisensi dan Akreditasi. Tujuannya adalah untuk mengukur dan mengevaluasi kualitas pelayanan klinis bagi pasien.

Umumnya manajemen sebuah rumah sakit memiliki standar pelayanan antara lain : pelayanan medis, administrasi dan manajemen, pelayanan gawat darurat, rekam medis, keselamatan kesehatan kerja, kebakaran kewaspadaan bencana, dan sebagainya. Pelayanan ini mengarah pada unsur proses, tentang pelaksanaan operasional staf/unit rumah sakit kepada pelanggan.

Hasil yang diharapkan dari proses ini adalah perubahan perilaku yang mempengaruhi kesehatan pasien dan menuju kepuasan pelanggan. Membangun sistem ini dalam manajemen pelayanan rumah sakit, membutuhkan pengamatan dan tindak lanjut secara terus menerus dari bagian *Managerial Quality Manajemen Rumah Sakit*. Dibutuhkan seorang manajer mutu yang memahami manajemen mutu secara umum dan operasional rumah sakit.

Dalam mewujudkan proses pelayanan rumah sakit yang bermutu, harus didukung dengan sistem manajemen mutu. Pengembangan sistem pelayanan medik, klinik dapat dilakukan dengan pendekatan *Quality Assurance* (mutu layanan). Berbagai konsep mutu yang dikemukakan oleh *Juran, Deming, Crosby, Schoreder, Donabedian, dan Ishikawa*, banyak diacu dalam manajemen mutu pelayanan rumah sakit. Prinsip-prinsip yang dikembangkan para pakar kualitas tersebut antara lain kepemimpinan dan komitmen, fokus pelanggan, perbaikan berkelanjutan, transformasi budaya organisasi, proses pembelajaran organisasi, pengukuran, keterpaduan dalam manajemen, pelayanan berbasis bukti dan terbaik. Semua prinsip ini telah diadopsi dan tertakup dalam sistem manajemen mutu ISO 9001.

Menerapkan manajemen mutu sangatlah terkait dengan perubahan tata kerja dan nilai budaya. Hal ini juga mendorong terhadap perubahan perilaku, yang terkait dengan faktor manusia sebagai sumber pelayanan utama. Telah disebutkan diatas bahwa perubahan perilaku akan mempengaruhi status kesehatan pasien dirumah sakit. Pelayanan sesungguhnya sangat kental kita jumpai dalam manajemen rumah sakit dibanding organisasi/perusahaan lainnya. Kunci keberhasilan penerapannya, terletak pada program pendidikan dan pelatihan yang berkesenambungan. Staf administrasi dan manajemen, staf pelayanan penunjang dirumah sakit, perlu diikuti pelatihan bagaimana menyusun standar atau prosedur sistem/proses yang dilakukan melalui uji coba sebagai standar pelayanan kesehatan rumah sakit.

2.7. Manajemen Rumah Sakit

Dalam bidang manajemen aspek-aspek perencanaan memusatkan perhatian pada masa yang akan datang. Manajemen rumah sakit harus mempersiapkan rumah sakitnya dalam menghadapi hal-hal yang akan datang. Baik yang sudah diramalkan maupun yang belum terduga sebelumnya. Dalam kegiatan rumah sakit manajemen harus mempunyai pelaksanaan yang baik.

Dalam mengelola rumah sakit swasta, BUMN, maupun milik pemerintah dibutuhkan pengetahuan manajemen, untuk menjadi pimpinan rumah sakit yang baik harus mampu menjadi manajer yang baik. Untuk mengelola rumah sakit yang baik dan berusaha untuk tidak rugi, tentu diperlukan pengetahuan tentang manajemen rumah sakit. Manajemen adalah ilmu dan seni merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinasikan serta mengawasi tenaga

manusia dengan bantuan alat-alat yang mencapai tujuan yang telah ditetapkan, manajemen adalah suatu seni dalam menyelesaikan pekerjaan dengan melalui orang lain (Adikoesoemo, 2003: 29)

Dari definisi ini diartikan bahwa para manejer dalam mencapai tujuan organisasi melalui pengetahuan orang lain, untuk melaksanakan berbagai tugas yang mungkin diperlukan, yang berarti tidak dilakukan sendiri.

Manajemen banyak di praktckkan baik dalam organisasi bisnis, rumah sakit, badan-badan pemerintahan dan organisasi lain. Definisi menurut Marry Parker Tollett adalah suatu seni dalam menyelesaikan pekerjaan dengan melalui orang lain.

Berikut ini penulis akan menjelaskan satu persatu teori menurut G,R.Terry yang disingkat dengan P,O,A,C yaitu:

1. *Planing*/perencanaan

Perencanaan memusatkan perhatian pada masa yang akan datang, manajemen rumah sakit harus mempersiapkan diri dalam menghadapi hal-hal yang akan datang baik sudah diramalkan maupun yang tidak terduga sebelumnya. Menurut jangka waktunya perencanaan dapat terbagi dalam

a. Perencanaan jangka pendek

Perencanaan ini biasanya dilakukan dalam jangka waktu yang singkat misalnya dalam renovasi sebuah kamar atau ruang rawat inap, ditargetkan dalam satu minggu sudah selesai dengan penggantian keramik, membersihkan lantai

b. Perencanaan jangka menengah

Perencanaan ini paling banyak dilakukan oleh manajer-manajer rumah sakit. Misalnya mulai 1 april sampai 31 maret tahun berikutnya atau 1 januari sampai 31 desember, biasanya sering dipromosikan dalam bentuk rencana kerja atau anggaran.

c. Rencana jangka panjang

Rencana ini muncul sejak sekitar tahun 1950, dimana mulai dikenal rencana secara luas dan menyeluruh, system ini mengharuskan organisasi untuk berusaha menemukan objek dan goal dari program dan anggaran untuk jangka waktu beberapa tahun yang akan datang.

2. *Organizing/Pengorganisasian*

Organisasi merupakan sekumpulan orang yang bekerja sama dalam pembagian kerja untuk mewujudkan sebuah tujuan. Suatu organisasi yang baik harus disusun berdasarkan perencanaan strategi yang baik agar tercapai apa yang dituju.

3. *Actuating/Pengarahan*

Pengarahau tidak lepas dari kemampuan manajer atau pimpinan untuk bisa mengarahkan stafnya ataupun bawahannya, untuk menjalankan masing-masing dengan baik. Seorang manajer marangsang dan memotivasi bawahannya agar pelaksanaan kegiatan meningkat dalam rangka pencapaian tujuan organisasi dengan berbagai cara

4. *Controlling/Pengendalian*

Ada beberapa hal yang menyebabkan pengendalian begitu penting dalam organisasi antara lain:

- a. Perubahan kondisi saat ini selalu banyak mengalami perubahan, seperti munculnya rumah sakit swasta baru, adanya alat-alat canggih yang baru dan adanya peraturan yang baru
- b. Kompleksitas, makin besar organisasi makin rumit masalah yang dihadapi. Klinik yang kecil tentu lebih simpel memajukannya dibanding rumah sakit yang besar.
- c. Kemungkinan membuat kesalahan, bisa terjadi pada bawahan maupun manajer. Oleh karena itu pengendalian atau pengawasan sangat diperlukan sehingga bila ada kesalahan bisa terdeteksi.

2.8. *Pandangan Islam Tentang Pelayanan*

Dalam agama Islam, Allah dan Rasulnya Muhammad SAW sangatlah memperhatikan terhadap kualitas, baik itu berupa kualitas pelayanan, ataupun kualitas berupa barang. Hal ini dapat kita lihat dalam surat Al Mutaaffifi ayat 1-6 yang berbunyi :

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾ أَلَا يَظُنُّ أُولَٰئِكَ أَنَّهُمْ مَبْعُوثُونَ ﴿٤﴾ لِيَوْمٍ عَظِيمٍ ﴿٥﴾ يَوْمَ يَقُومُ النَّاسُ لِرَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿٦﴾

Artinya : *Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta*

dipenuhi Dun apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi. Tidaklah orang-orang itu menyangka, bahwa Sesungguhnya mereka akan dibangkitkan, Pada suatu hari yang besar, (yaitu) hari (ketika) manusia berdiri menghadap Tuhan semesta alam?

Dalam ayat lain Allah juga menyuruh hambanya untuk dapat berlaku adil dengan sesama dan meningkatkan kualitas dalam pemberian pelayanan, baik berupa jasa ataupun barang. Sebagaimana yang terdapat dalam surat An Nisa' 29

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ
بِحِجْرَةٍ عَنْ تَرٰضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۚ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Artinya :

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Ayat diatas menyatakan bahwa hendaklah seseorang itu berlaku adil dalam jual beli, jangan sampai ada kecurangan dan yang dirugikan satu sama lain

2.9. Penelitian Terdahulu

Kualitas pelayanan merupakan suatu permasalahan yang pernah diteliti oleh:

1, Rina Apriana (2008) dengan judul penelitian

“Analisis Kualitas Kepuasan Konsumen Pada Rumah Bersalin Bunda Puja Tembilahan”

adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa kesehatan pada Rumah Bersalin Bunda Puja Tembilahan.

Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah pasien dan keluarga pasien yang pernah memanfaatkan pelayanan jasa pada Rumah Bersalin Bunda Puja Tembilahan pada tahun terakhir yang berjumlah 100 orang. Sedangkan sampel yang diambil sebagai responden sebanyak 100 orang atau keseluruhan dari populasi. Metode yang digunakan untuk pengumpulan data adalah dengan Quisioner, pengolahan data yang dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda yang merupakan modal untuk pengukuran kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa kesehatan pada Rumah Bersalin Bunda Puja Tembilahan. Dalam penelitian ini perhitungan dilakukan dengan bantuan program SPSS.

Dari analisis yang dilakukan diperoleh variable bukti fisik mempunyai pengaruh positif dan lebih dominan terhadap kualitas pelayanan sebesar 62,2%. Hal ini menunjukkan bahwa bukti fisik mampu menjelaskan terhadap variable terikat sedangkan sisanya 37,8% lagi dapat diterangkan oleh variable lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Dengan kepuasan yang ditunjukkan oleh konsumen saat ini, maka pihak rumah bersalin diharapkan bisa mempertahankan yang telah ada dan berusaha agar kualitas pelayanannya lebih baik lagi pada masa yang akan datang, karena masih ada kualitas atribut pelayanan yang mendapatkan nilai rendah dari konsumen seperti atribut pemberian pelayanan yang khusus pada pasien, pihak Rumah Bersalin Bunda Puja Tembilahan diharapkan untuk lebih bisa memahami perilaku konsumen dan kepuasan.

yang sebenarnya ingin diperoleh konsumen dalam pelayanan jasa kesehatan.

3 Lindawati 2008 dengan judul penelitian

“Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Rawat Inap Pada Rumah Sakit Umum Daerah Bagan Siapiapi”.

Penulis melakukan penelitian ini untuk mengetahui apakah factor-faktor kualitas pelayanan rawat inap (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empati*) mempengaruhi pelayanan jasa rawat inap pada Rumah Sakit Umum Daerah Bagan Siapiapi.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pasien rawat inap pada tahun 2006 Rumah Sakit Umum Daerah Bagan Siapiapi dengan jumlah 100 responden, dengan menggunakan metode stratified sampling dimana teknik penentuan sampel berdasarkan teknik pengumpulan data menggunakan Quisioner dan Interview.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa 71,2% kualitas pelayanan jasa rawat inap pada Rumah Sakit Umum Daerah Bagan Siapiapi dipengaruhi oleh beberapa factor yaitu *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empati*. Sedangkan sisanya sebesar 11,9 dipengaruhi oleh variable bebas lainnya yang tidak diamati dalam penelitian ini. Faktor *Empaty* yang mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kualitas pelayanan jasa rawat inap Rumah Sakit Umum Daerah Bagan Siapiapi ningkatan jumlah pasien adalah faktor Reability

4 Budi Alfi Syahri 2009 dengan judul

“Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Rawat Inap Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru”

Penelitian ini berlangsung pada bulan Januari 2009. Variable dalam penelitian ini adalah *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empati*

Berdasar rekapitulasi hasil penelitian, jawaban pasien mengenai kelima variable beserta indikatornya menyatakan bahwa kualitas pelayanan di RS Awal Bros Pekanbaru dapat dinyatakan baik

Yang membuat kualitas pelayanan rawat inap RS Awal Bros Pekanbaru menjadi baik dimata pelanggan dikarenakan fasilitas dan peralatan medis yang sangat baik dan lengkap, tenaga kerja yang profesional, pelayanan yang baik serta memuaskan, memiliki kualitas ruangan inap yang bagus dan bersih, suasana rumah sakit yang nyaman, tenang dan bersih, karena RS Awal Bros Pekanbaru sudah memiliki sertifikat ISO.

Kesimpulan dari kualitas pelayanan rawat inap bahwa pelayanan rawat inap di RS Awal Bros Pekanbaru sudah memuaskan pelanggan sehingga jumlah pasien dari tahun ketahun bertambah.

2.10. Hipotesis

Berdasarkan dari uraian latar belakang penelitian yang telah menulis kemukakan sebelumnya dan perumusan masalah diatas, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut: Diduga bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi peningkatan jumlah pasien rawat inap pada RSIA Andini Pekanbaru.

2.11. Variabel Penelitian

Variabel penelitian dapat diambil sebagai berikut:

Y ; Peningkatan jumlah pasien

X ; Kualitas Pelayanan

X1 : Tangibles

X2 : Responsiveness

X3 : Assurance

X4 : Empati

X5 : Reliability

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini Pekanbaru Jl Tuanku Tambusai No. 55 Pekanbaru

3.2. Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah

- a. Data primer yaitu data yang dikumpulkan dan di olah sendiri oleh penulis yang bersumber dari objek penelitian yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, berupa data yang diperoleh dari responden tentang persepsi dan pendapat konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa dan kesehatan.
- b. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari perusahaan secara tertulis dan diolah untuk mendukung data primer seperti data jumlah pasien, sejarah singkat perusahaan dan struktur organisasi. : (Teguh, 2001:20)

3.3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini dalah pasien pada tahun 2010 di RSIA Andini Pekanbaru dengan jumlah populasi sebesar 1951 pasien dan jumlah sampel penelitiannya adalah 95 pasien. Metode pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling* dimana teknik penentuan sampel berdasarkan kesengajaan, yaitu sampel sengaja ditemui oleh peneliti.

Mengingat waktu dan biaya yang cukup besar dalam mengambil data dari responden yang cukup besar populasinya , maka untuk menentukan sampel, penulis menerapkan teori *Slovin* (Umar, 2003:149)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

keterangan : n : Jumlah Sampel
 N : Besar Populasi
 e : Nilai Kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persentase kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan penarikan sampel) sebesar 10%.

$$\frac{1951}{1 + 1951(0,01)}$$

$$n = \frac{1951}{20,51}$$

n = 95,12 atau n = 96 pasien yang menjadi sampel

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan dua metode pengumpulan data, yaitu:

- a. Daftar Pertanyaan (*questioner*) yaitu mengaiukan daftar pertanyaan tertulis yang dilengkapi dengan alternatif jawaban, selanjutnya disebar pada objek penelitian
- b. Wawancara (*interview*) yaitu sebuah interaksi secara langsung antara peneliti dengan responden (Hadi, 2006: 66) pengumpulan data yang dilakukan dengan tanya jawab langsung tentang masalah yang dibahas dengan beberapa objek sebagai masukan yang menunjang pembahsan.

3.5 Analisis Data

Dalam menganalisis data, penulis menggunakan metode deskriptif yaitu dengan menjelaskan secara rinci mengenai keadaan objek yang diteliti berdasarkan data yang diperoleh serta dengan menghubungkan dengan teori.

Sedangkan untuk melihat hubungan variable-variabel dalam penelitian ini dilakukan analisa secara kuantitatif dengan menggunakan rumus regresi linear berganda

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + e$$

Keterangan :

Y	= Peningkatan jumlah pasien
a	= Konstanta
b	= Koefisien regresi
x1	= <i>Tangibles</i>
x2	= <i>Responsiveness</i>
x3	= <i>Assurance</i>
x4	= <i>Empati</i>
x5	= <i>Reliability</i>
e	= Variabel error

Spesifikasi model tersebut menurut Algafari (2000: 83) harus memenuhi berbagai asumsi klasik yaitu sebagai berikut

1. Non-multikolinieritas, yaitu antara variable independen yang satu dengan variable indevidenden yang lain dalam model regresi tidak saling berhubungan secara sempurna atau mendekati

2. Homoskedastisitas, yaitu varian semua variable adalah konstan (sama).
3. Non-otokorelasi, yaitu tidak terdapat pengaruh dari variable dalam model dalam tenggang waktu (*Time Lag*)
4. Nilai rata-rata kesalahan (*Error*) populasi pada sampel stokastiknya sama dengan nol
5. Variable independen adalah non=stokastik (nilai konstanta pada setiap kali percobaan yang dilakukan secara berulang)
6. Distribusi kesalahan (*error*) apabila dalam suatu model telah memenuhi asumsi klasik tersebut maka dapat dikatakan model tersebut sebagai model yang ideal, dalam ekonometri dinamakan *BLUE(Nest Linier Unbiased Estimator)*. Untuk menguji apakah model yang digunakan diterima secara ekonometri dan apakah estimator yang diperoleh dengan metode kuadrat terkecil sudah memenuhi syarat Blue, maka akan dilakukan uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji otokorelasi.

Untuk mengukur besarnya kontribusi variable X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 terhadap variable Y digunakan uji koefisien Determinasi (R). Mempunyai range antara 0 sampai 1 = semakin besar nilai R mendekati satu semakin baik hasil regresinya dan semakin mendekati 0 maka variable secara keseluruhan tidak bisa menjelaskan variabel terikat.

Untuk melihat pengaruh variable bebas secara bersama-sama terhadap variable terikat, maka digunakan uji F yaitu dengan cara membandingkan antara

F_{hitung} dengan F_{tabel} pada tingkat signifikan 0,05. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka variable bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap jumlah kunjungan sebagai variabel terikat.

Selanjutnya pembuktian hipotesa secara versial dilakukan untuk melihat pengaruh masing-masing variable bebas secara terpisah terhadap variable terikatnya. Digunakan uji T yaitu dengan cara membandingkan T_{hitung} dengan T_{tabel} pada tingkat signitikan 0,05 jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka variable bebas dapat menerangkan variable terikat dan artinya ada pengaruh antara variable bebas dengan variable terikat.

Oleh karena data yang didapat dari penelitian ini bersifat kualitatif, maka data yang bersifat kualitatif diberi skala sehingga menjadi data-data yang bersifat kuantitatif. Kategori yang digunakan berdasarkan skala likers, dimana responden diminta untuk menjawab pertanyaan dengan nilai yang telah ditetapkan sebagai berikut:

1. Alternatif jawaban sangat setuju(SS) diberi nilai 4
2. Alternatif jawaban setuju(S) diberi nilai 3
3. Alternatif jawaban tidak setuju(TS) diberi nilai 2
4. Alternatif jawaban sangat tidak setuju(STS) diberi nilai 1

Dalam penelitian ini perhitungan dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS, dan hasilnya akan disajikan pada bab pembahasan.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Sejarah Berdirinya Perusahaan

Perkembangan dan kemajuan dibidang kesehatan saat ini, telah diikuti dengan semakin kritisnya masyarakat dalam menilai mutu pelayanan yang mereka dapatkan. Untuk melaksanakan peningkatan mutu pelayanan perlu adanya peningkatan sumber daya manusia (SDM) yang professional, terampil dan sesuai dengan standar operasional prosedur.

Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini yang sebelumnya Rumah Bersalin Andini berdiri tanggal 16 April 2006 kemudian berubah menjadi Rumah Sakit Ibu dan Anak pada tanggal 01 mei 2009, didirikan atas dasar kebutuhan warga kota Pekanbaru akan sebuah rumah sakit khusus ibu dan anak yang profesional dan berkualitas. Dengan SDM yang dimiliki Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini yakin akan menjadi rumah sakit alternative bagi masyarakat disebagian wilayah Riau umumnya dan Pekanbaru khususnya dan cendrung terus meningkat.

Pada tanggal 01 Mei 2009 diresmikan sebuah rumah sakit oleh walikota Pekanbaru yang diberi nama Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini yang berlokasi ditengah-tengah kota yaitu jalan Tuanku Tambusai No 55 Pekanbaru, dengan harapan dapat dinikmati dan dapat dipercaya oleh warga Pekanbaru khususnya dan sebagian wilayah Riau umumnya.

Disamping pelayanan yang prima Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini juga ingin menciptakan nuansa yang aman, asri dan kenyamanan pasien

yang dilayani di Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini dengan adanya unit-unit yang menunjang, kantin, mushallah dan rumah sakit ini berdiri di jalur lintas kota, sehingga pasien atau pengunjung dengan mudah datang ke Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini.

4.2 .Visi, Misi dan Motto

Visi Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini Pekanbaru

“Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini dengan pelayanan medis yang profesional 2020”

Misi Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini Pekanbaru

1. Mewujudkan SDM yang profesional.
2. Meningkatkan dan memelihara sarana dan prasarana yang mendukung pelayanan kesehatan yang berkualitas.
3. Mengembangkan dan meningkatkan pelayanan kesehatan

Motto Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini Pekanbaru

“Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini Memberikan Pelayanan Yang Terbaik

4.3.Fasilitas Rumah Sakit

1. Fasilitas Bangunan

Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini dalam proses penambahan ruangan, ruangan yang telah tersedia pada saat ini seluas 1.354 M2 dan bangunan baru yang dalam proses penambahan seluas 1.200 M2. Adapun bangunan yang sudah dioperasikan saat ini terdiri dari:

a. Ruang Rawatan :

- President Suite : terdiri dari 1 ruangan
- Grand VIP : terdiri dari 3 ruangan
- VIP : terdiri dari 15 ruangan
- Kelas : terdiri dari 6 ruangan
- Ruang bayi : terdiri dari 2 ruangan

Masing-masing ruangan dilengkapi kamar mandi dan toilet

Proses penambahan ruangan dan ruangan rawatan sebagai berikut :

- President Suite : terdiri dari 1 ruangan
- Grand VIP : terdiri dari 8 ruangan
- VIP : terdiri dari 10 ruangan
- Kelas : terdiri dari 10 ruangan
- Ruang Isolasi : terdiri dari 2 ruangan
- Ruang Rawatan Anak : terdiri dari 3 ruangan
- Ruang Bersalin : terdiri dari 1 ruangan
- Kamar Jenasa : terdiri dari 1 ruangan

Gudang medis dan non medis masing-masing satu ruangan, masing-masing ruangan dilengkapi kamar mandi dan toilet.

- a. Ruang Administrasi
- b. Ruang Tata Usaha
- c. Ruang Kamar Bedah

2. Fasilitas Pelayanan Medis

Adapun fasilitas-fasilitas yang ada di Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA)

Andini diantaranya

a. Politeknik Spesialis Rawat Jalan

- Politeknik spesialis anak
- Politeknik spesialis kebidanan dan penyakit kandungan

b. Politeknik Umum Berobat Jalan

- Politeknik umum
- Politeknik gawat darurat (IGD)

c. Fasilitas Penanganan Gawat Darurat

- Dokter jaga 24 jam
- Dokter spesialis on call 24 jam
- Ambulance 24 jam
- Fasilitas ruang IGD terdiri dari 4 tempat tidur
- Perinologi 5 bed

d. Fasilitas Penunjang

- Farmasi 24 jam
- Pulse oxymetry
- Ultrasonografi USG
- Administrasi 24 jam

e. Fasilitas Pelayanan Rawat Inap

- President suite : 1 Ruangan (1 tempat tidur)
- Grand VIP : 3 Ruangan (3 tempat tidur)

- VIP : 15 Ruangan (15 tempat tidur)
- Kelas : 6 Ruangan (6 tempat tidur)
- Kamar bayi : 2 Ruangan (10 tempat tidur)

Proses dalam penambahan ruangan dan tempat tidur terdiri dari

- President suite : 2 Ruangan (2 tempat tidur)
- Grand VIP : 3 Ruangan (4 tempat tidur)
- VIP : 15 Ruangan (15 tempat tidur)
- Kelas : 6 Ruangan (6 tempat tidur)
- Ruang isolasi : 2 Ruangan (4 tempat tidur)
- Ruang anak : 3 Ruangan (9 tempat tidur)
- Ruang bayi sakit : 3 Ruangan (3 tempat tidur)
- Ruang bayi sehat : 3 Ruangan (3 tempat tidur)
- Ruang bersalin : 3 Ruangan (3 tempat tidur)
- Total Tempat Tidur : 71 Tempat tidur**

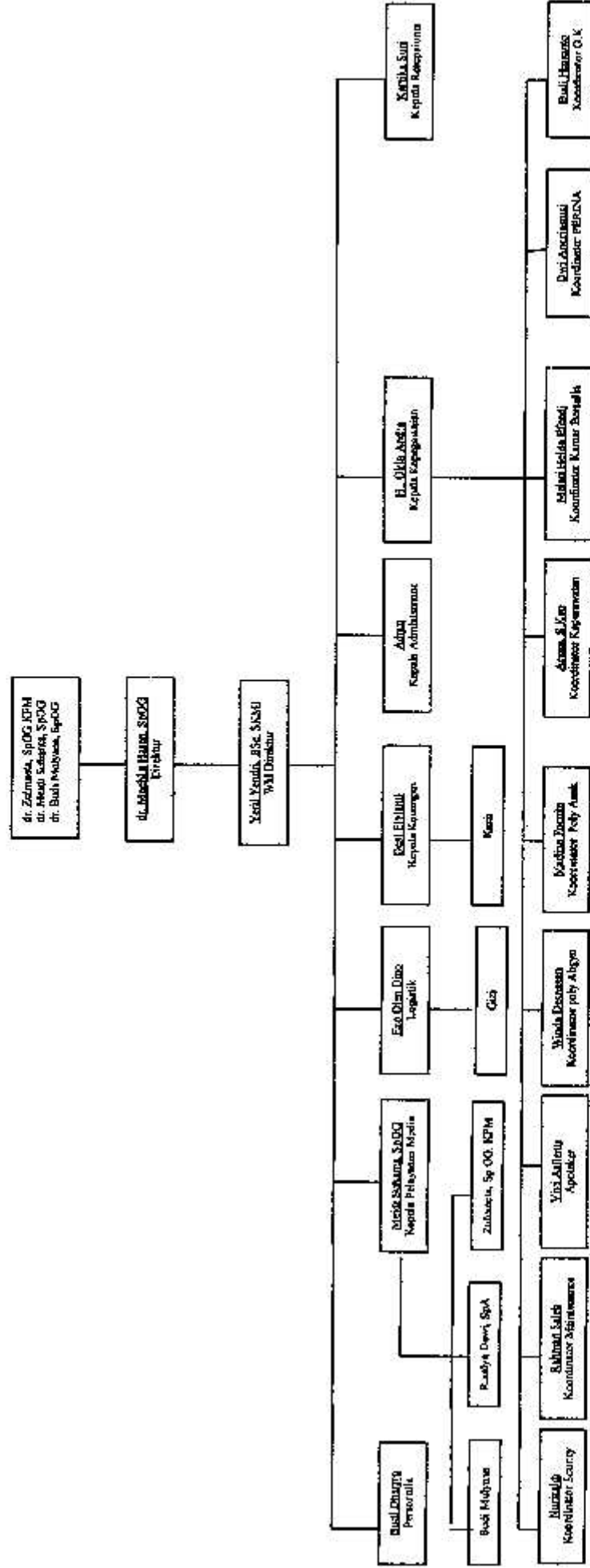
3. Fasilitas Lainnya

- a. Mushallah kapasitas 50 orang
- b. Kantin
- c. Parker yang luas halaman depan, samping dan belakang (kapasitas 100 mobil)

Gambar : 4.1

STRUKTUR ORGANISASI RSIA "ANDINI"

Rumah Sakit Ibu dan anak
"ANDINI"
Jln. Tuanku Tambusai No.55



Sumber : Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) ANDINI

4.4 Tugas dan fungsi Dari Srtuktur Organisasi RSIA Andini

1. Komisaris

Organ Rumah Sakit yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan atau khusus serta memberikan nasihat kepada Direksi dalam menjalankan Rumah Sakit. Pengawasan dan pemberian nasihat oleh Komisaris dilaksanakan dengan prinsip-prinsip sebagai berikut:

- a. Pengawasan dilakukan oleh Komisaris terhadap pengelolaan Perusahaan oleh Direksi.
- b. Pengawasan dilakukan oleh Komisaris terhadap pengelolaan Perusahaan oleh Direksi.
- c. Dalam melakukan pengawasan, Komisaris bertindak sebagai majelis dan tidak dapat bertindak sendiri-sendiri mewakili Komisaris.

2. Direktur

mempunyai tugas memimpin, menyusun kebijaksanaan pelaksanaan membina pelaksanaan, mengkoordinasikan dan mengawasi pelaksanaan tugas Rumah Sakit sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

3. Wakil Direktur Umum

mempunyai tugas yang meliputi kegiatan kesekretariatan, perencanaan, rekam medis, ketatausahaan dan kerumahtanggaan.

4. Personalia

mempunyai tugas merencanakan, operasionalisasi, memberi tugas, memberi petunjuk, menyelia, mengatur, mengevaluasi, dan melaporkan kegiatan administrasi umum dan kepegawaian Rumah Sakit

5. Kepala Pelayanan Medis

bertugas membantu Direktur dalam mewujudkan pelayanan standar pada Rumah Sakit sesuai kode etik profesi serta mempunyai wewenang :

- a. Menyusun standar Pelayanan Medis;
- b. Mengevaluasi pelaksanaan Pelayanan Kesehatan;
- c. Memutuskan masalah-masalah Kesehatan yang berhubungan dengan aspek hukum
- d. Menyusun program pengkajian, penelitian dan pendidikan Tenaga Medis

6. Logistic

merencanakan pengadaan, pendistribusian alat hingga mengembangkan sistem pengelolaan logistik yang efektif dan efisien. Pengadaan alat yang tepat dan berfungsi dengan baik akan memperlancar kegiatan pelayanan pasien sehingga berdampak bagi peningkatan mutu pelayanan secara umum. kepala logistik juga harus mampu mengantisipasi kejadian darurat, membuat skala prioritas serta melakukan perubahan yang dibutuhkan untuk pencapaian tujuan umum rumah sakit. Manajemen logistik juga harus mencapai efisiensi dan efektifitas. Manajer logistik memiliki kemampuan untuk mencegah atau meminimalkan pemborosan, kerusakan, kadaluarsa,

kehilangan alat tersebut yang akan memiliki dampak kepada pengeluaran ataupun biaya operasional rumah sakit.

7. Kepala Administrasi

Kepala bagian administrasi mempunyai Tugas Pokok Memberikan pelayanan teknis dan administrasi kepada semua unsur di lingkungan kantor Rumah Sakit Dalam menyelenggarakan tugas, Kepala bagian administrasi mempunyai fungsi sebagai berikut :

- a. Penyusunan kebijakan bidang teknis administrasi perencanaan, administrasi umum dan kepegawaian serta administrasi keuangan dan asset Rumah Sakit Umum Massenrempulu;
- b. Pembinaan, pengkoordinasian , pengendalian, pengawasan program dan kegiatan bagian tata usaha
- c. Penyelenggaraan evaluasi program dan kegiatan Bagian Tata Usaha

8. Kepala Keuangan

1. Merencanakan dan menganalisa pembelanjaan perusahaan
2. Mengatur struktur aktiva (struktur kekayaan perusahaan)
3. Mengatur struktur financial
4. Mengatur struktur modal

Tugas lain Manajer keuangan adalah menyediakan Laporan keuangan (Neraca, Laporan Rugi/Laba, dan Laporan Perubahan Modal).

9. Kepala Keperawatan

mempunyai tugas melaksanakan bimbingan pelaksanaan asuhan dan pelayanan keperawatan, etika serta mutu keperawatan. Untuk menyelenggarakan tugas sebagai berikut

- a. pelaksanaan kegiatan asuhan dan pelayanan perawatan pada Instalasi Rawat Inap dan Instalasi Rawat Jalan;
- b. pemeliharaan, peningkatan dan pengembangan etika dan mutu keperawatan;
- c. pelaksanaan koordinasi pemberian penyuluhan kesehatan bagi pasien, keluarga dan pengunjung Rumah Sakit Umum lainnya.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Analisis Tangible

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. ini meliputi fasilitas fisik (Gedung, Gudang, dan lainnya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawainya. Secara singkat dapat diartikan sebagai penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan materi komunikasi.

Jawaban responden tentang tangible dapat dilihat pada table dibawah ini :

Tabel 5.1: Jawaban Responden tentang tangible pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Andini Pekanbaru

No	Tangible	Kriteria Jawaban				Jumlah
		SS	S	TS	STS	
1	Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini telah memiliki ruangan yang bersih dan nyaman	43	48	5	0	96
		44.79%	50.00%	5.21%	0.00%	100.00%
2	Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini berada di lokasi yang strategis dan mudah dicapai	45	50	1	0	96
		46.88%	52.08%	1.04%	0.00%	100.00%
3	Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini telah memiliki tempat parkir kendaraan dan lingkungan yang aman	43	43	10	0	96
		44.79%	44.79%	10.42%	0.00%	100.00%
4	Fasilitas kesehatan yang dimiliki Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini cukup lengkap	49	43	4	0	96
		51.04%	44.79%	4.17%	0.00%	100.00%
5	Para medis dan karyawan selalu berperampilan bersih dan rapi	40	55	1	0	96
		41.67%	57.29%	1.04%	0.00%	100.00%
	Jumlah	220	239	21	0	480
	Rata-rata	44	48	4	0	96
	Persentase	45.83%	49.79%	4.38%	0.00%	100.00%

Sumber : Data Olahan

Berdasarkan tabel 5.1 diatas, jawaban responden tentang tangible (bukti fisik) pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Andini Pekanbaru dengan rata-rata jawaban sangat setuju sebanyak 44 orang atau 45.83%, setuju sebanyak 48 orang atau 49.79%, dan tidak setuju sebanyak 4 orang atau 4.48%, tidak setuju sebanyak 8 orang atau 6.83%. Jadi rata-rata responden menjawab setuju dengan tangible (bukti fisik) pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Andini Pekanbaru

5.2 Analisis variabel Responsiveness

Responsiveness, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsive) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Secara singkat dapat diartikan sebagai kemauan untuk membantu pelanggan dengan memberikan layanan yang baik dan cepat.

Jawaban responden tentang responsiveness dapat dilihat pada table dibawah ini :

Tabel 5.2: Jawaban Responden tentang responsiveness pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Andini Pekanbaru

No	Responsiveness	Kriteria Jawaban				Jumlah
		SS	S	TS	STS	
1	Karyawan selalu bersedia dalam membantu pasien	42	53	1	0	96
		43.75%	55.21%	1.04%	0.00%	100.00%
2	Karyawan Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini melayani pasien dengan cepat	46	45	5	0	96
		47.92%	46.88%	5.21%	0.00%	100.00%
3	Dokter Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini selalu memberikan penjelasan secara detail mengenai penyakit dan cara-cara penanganannya	46	42	8	0	96
		47.92%	43.75%	8.33%	0.00%	100.00%
4	Petugas Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini selalu memberikan informasi dan jawaban atas pertanyaan pasien dengan baik	49	45	2	0	96
		51.04%	46.88%	2.08%	0.00%	100.00%
5	Karyawan Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini memberi tahu kapan pastinya layanan akan diberikan	65	26	5	0	96
		67.71%	27.08%	5.21%	0.00%	100.00%
	Jumlah	248	211	21	0	480
	Rata-rata	50	42	4	0	96
	Persentase	51.67%	43.96%	4.38%	0.00%	100.00%

Sumber : Data Olahan

Berdasarkan tabel 5.2 diatas, jawaban responden tentang responsiveness (daya tanggap) pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Andini Pekanbaru dengan rata-rata jawaban sangat setuju sebanyak 50 orang atau 51.67%, setuju sebanyak 42 orang atau 43.96%, dan tidak setuju sebanyak 4 orang atau 4,38%,. Jadi rata-rata responden menjawab sangat setuju dengan responsiveness (daya tanggap) pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Andini Pekanbaru

5.3 Analisis variabel Assurance

Assurance, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari komponen: komunikasi (Communication), kredibilitas (Credibility), keamanan (Security), kompetensi

(Competence), dan sopan santun (Courtesy). Secara singkat dapat diartikan sebagai pengetahuan dan keramahan personil dan kemampuan personil untuk dapat dipercaya dan diyakini.

Jawaban responden tentang assurance (jaminan) dapat dilihat pada table dibawah ini :

Tabel 5.3: Jawaban Responden tentang assurance pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Andini Pekanbaru

No	Assurance	Kriteria Jawaban				Jumlah
		SS	S	TS	STS	
1	Perilaku karyawan Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini mampu membuat pasien mempercayai mereka	46	48	2	0	96
		47.92%	50.00%	2.08%	0.00%	100.00%
2	Pasien merasa nyaman ketika dirawat Rumah Sakit Ibu dan Anak(RSIA) Andini	60	32	4	0	96
		62.50%	33.33%	4.17%	0.00%	100.00%
3	Karyawan Rumah Sakit Ibu dan Anak(RSIA) Andini memiliki pengetahuan yang memadai untuk menjawab keluhan-keluhan pasien	48	45	3	0	96
		50.00%	46.88%	3.13%	0.00%	100.00%
4	Pasien merasa puas dengan kesopanan dan keramahan karyawan	48	46	2	0	96
		50.00%	47.92%	2.08%	0.00%	100.00%
5	Dokter dan para medis Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini sudah berpengalaman	44	43	9	0	96
		45.83%	44.79%	9.38%	0.00%	100.00%
	Jumlah	246	214	20	0	480
	Rata-rata	49	43	4	0	96
	Persentase	51.25%	44.58%	4.17%	0.00%	100.00%

Sumber : Data Olahan

Berdasarkan tabel 5.3 diatas, jawaban responden tentang assurance (jaminan) pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Andini Pekanbaru dengan rata-rata jawaban sangat setuju sebanyak 49 orang atau 51.25%, setuju sebanyak 43 orang atau 44.58%, dan tidak setuju sebanyak 4 orang atau 4.173%. Jadi rata-rata responden menjawab sangat setuju dengan assurance (jaminan) pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Andini Pekanbaru

5.4 Analisis variabel Emphaty

Empathy, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Secara singkat dapat diartikan sebagai usaha untuk mengetahui dan mengerti kebutuhan pelanggan secara individual.

Jawaban responden tentang empathy (perhatian) dapat dilihat pada table dibawah ini :

Tabel 5.4: Jawaban Responden tentang empathy (perhatian) pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Andini Pekanbaru

No	Emphaty	Kriteria Jawaban				Jumlah
		SS	S	TS	STS	
1	Karyawan mampu berkomunikasi kepada setiap pasien	49 51.04%	43 44.79%	4 4.17%	0 0.00%	96 100.00%
2	Pemahaman karyawan pada sifat dan karakter pasien cukup baik	44 45.83%	47 48.96%	5 5.21%	0 0.00%	96 100.00%
3	Sikap para dokter atau bidan memberikan pengobatan kepada pasien cukup baik	50 52.08%	43 44.79%	2 2.08%	1 1.04%	96 100.00%
4	Karyawan Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini mengutamakan kepentingan pasien	47 48.96%	45 46.88%	4 4.17%	0 0.00%	96 100.00%
5	Pihak Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini memberikan perhatian khusus pada setiap pasien	48 50.00%	47 48.96%	1 1.04%	0 0.00%	96 100.00%
Jumlah		238	225	16	1	480
Rata-rata		48	45	3	0	96
Persentase		49.58%	46.88%	3.33%	0.21%	100.00%

Sumber : Data Olahan

Berdasarkan tabel 5.4 diatas, jawaban responden tentang empathy (perhatian) pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Andini Pekanbaru dengan rata-rata jawaban sangat setuju sebanyak 48 orang atau 49.58%, setuju sebanyak 45 orang

atau 46.88%, dan tidak setuju sebanyak 3 orang atau 3.33%. Jadi rata-rata responden menjawab sangat setuju dengan empathy (perhatian) pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Andini Pekanbaru

5.5 Analisis variabel Reliability

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Harus sesuai dengan harapan pelanggan berarti kinerja yang tepat waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan dengan akurasi tinggi. Secara singkat dapat diartikan sebagai kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat, tepat waktu, dan dapat dipercaya.

Jawaban responden tentang reliability dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 5.5: Jawaban Responden tentang reliability pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Andini Pekanbaru

No	Reability	Kriteria Jawaban				Jumlah
		SS	S	TS	STS	
1	Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini memberikan pelayanan administrasi yang mudah	51	43	2	0	96
		53.13%	44.79%	2.08%	0.00%	100.00%
2	Secara keseluruhan petugas melayani kebutuhan pasien dengan baik	47	48	1	0	96
		48.96%	50.00%	1.04%	0.00%	100.00%
3	Pihak Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini sungguh-sungguh berusaha untuk membantu ketika ada keluhan dari pasien	32	50	14	0	96
		33.33%	52.08%	14.58%	0.00%	100.00%
4	Pelayanan yang diberikan Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini telah tepat pada waktunya	43	49	4	0	96
		44.79%	51.04%	4.17%	0.00%	100.00%
5	Hasil kerja yang diberikan pihak Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini sesuai dengan harapan	31	64	1	0	96
		32.29%	66.67%	1.04%	0.00%	100.00%
	Jumlah	204	254	22	0	480
	Rata-rata	41	51	4	0	96
	Persentase	42.50%	52.92%	4.58%	0.00%	100.00%

Sumber : Data Olahan

Berdasarkan tabel 5.5 diatas, jawaban responden tentang reliability (keandalan) pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Andini Pekanbaru dengan rata-rata jawaban sangat setuju sebanyak 41 orang atau 42.50%, setuju sebanyak 51 orang atau 52.92%, dan tidak setuju sebanyak 4 orang atau 4.58%,. Jadi rata-rata responden menjawab setuju dengan reliability (keandalan) pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Andini Pekanbaru

5.6 Analisis variabel peningkatan jumlah pasien rawat inap

Pelanggan merupakan sesuatu yang penting bagi perusahaan untuk kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri. Pelanggan adalah orang yang paling penting yang berhubungan dengan perusahaan, baik tatap muka, melalui telepon maupun melalui surat. Tidak tergantung pada perusahaan, melainkan perusahaan yang tergantung pada pelanggan. Ada juga yang menyebutkan pelanggan bukan gangguan dalam kerja perusahaan, tetapi pelanggan adalah tujuan dari pekerjaan perusahaan. Pelanggan juga merupakan orang yang harus diperlakukan dengan rasa hormat, diberi perhatian besar, dibantu dengan menunjukkan minat terhadapnya diberikan saran dalam menyelesaikan persoalan, serta diperlakukan dengan hati-hati dan penuh pertimbangan.

Jawaban responden tentang penambahan pasien dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 5.6: Jawaban Responden tentang peningkatan jumlah pasien rawat inap pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Andini Pekanbaru

No	Penambahan Pasien	Kriteria Jawaban				Jumlah
		SS	S	TS	STS	
1	Penilaian secara keseluruhan jasa atau layanan medis Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini	46	50	0	0	96
		47.92%	52.08%	0.00%	0.00%	100.00%
2	pasien merasa puas dengan keputusan untuk berobat di Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini	51	41	4	0	96
		53.13%	42.71%	4.17%	0.00%	100.00%
3	Berobat di Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini merupakan pengalaman yang berharga	34	55	7	0	96
		35.42%	57.29%	7.29%	0.00%	100.00%
4	Pilihan untuk berobat ke Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini merupakan pilihan yang bijaksana	32	60	4	0	96
		33.33%	62.50%	4.17%	0.00%	100.00%
5	Pasien akan berkunjung kembali ke Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini karena kualitas yang sangat bagus	33	60	3	0	96
		34.38%	62.50%	3.13%	0.00%	100.00%
	Jumlah	196	266	18	0	480
	Rata-rata	39	53	4	0	96
	Persentase	40.83%	55.42%	3.75%	0.00%	100.00%

Sumber : Data Olahan

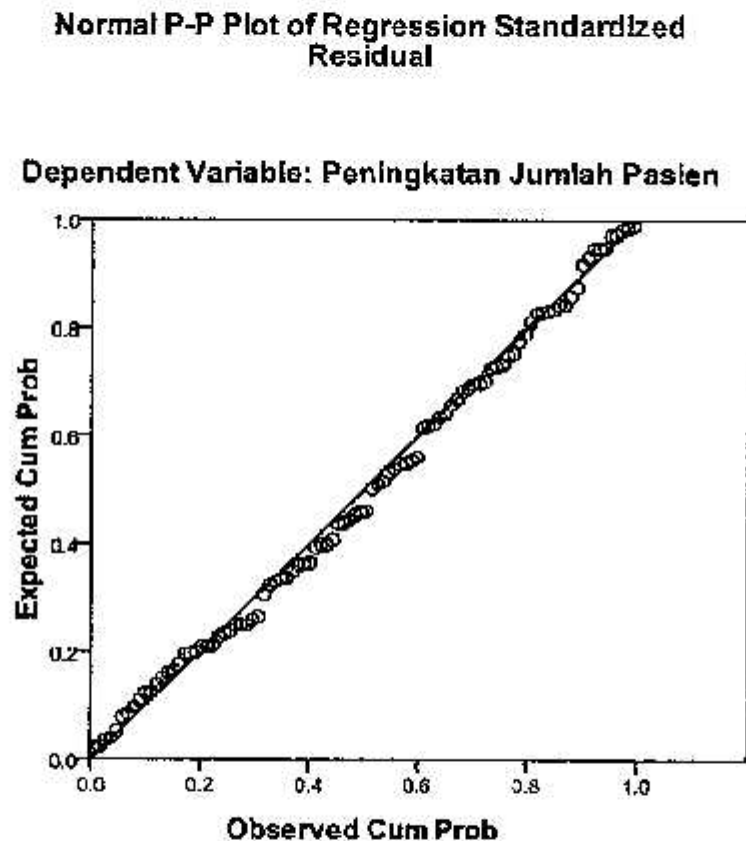
Berdasarkan tabel 5.6 diatas, jawaban responden tentang penambahan pasien pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Andini Pekanbaru dengan rata-rata jawaban sangat setuju sebanyak 39 orang atau 40.83%, setuju sebanyak 53 orang atau 55.42%, dan tidak setuju sebanyak 4 orang atau 3.75% Jadi rata-rata responden menjawab setuju dengan terjadi penambahan pasien pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Andini Pekanbaru.

5.7. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal ataukah tidak, maka dapat dilakukan analisis grafik atau dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data

sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi data adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Gambar 5.1, Normal P-P Plot Regression Standardized Residual



Berdasarkan gambar normal p-p plot diatas, dapat dilihat bahwa data berada di sekitar garis diagonal, jadi dapat disimpulkan bahwa data penelitian normal dan layak untuk diuji.

5.8. Uji Asumsi Klasik

Untuk menguji kesalahan model regresi yang digunakan dalam penelitian, maka harus dilakukan pengujian asumsi klasik pada multikolinearitas, heterokedastisitas, autokorelasi, serta normalitas.

5.8.1. Uji Multikolinearitas

Uji ini diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel independen. Jika ada, berarti multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi di antara variabel independen. Pengujian keberadaan multikolinearitas dilakukan dengan mengamati. Besaran Variance Inflator Factor (VIF) dan Tolerance, model dikatakan bebas multikolinearitas jika VIF disekitar angka < 10 dan mempunyai tolerance > 0.1 .

Tabel 5.7 Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a	
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Tangible	0.808	1.237
	Responsiveness	0.714	1.401
	Assurance	0.790	1.266
	Emphaty	0.737	1.357
	Reliability	0.752	1.329

a. Dependent Variable: Peningkatan Jumlah Pasien

Sumber : Data Hasil Penelitian

Dari hasil perhitungan nilai tolerance pada hasil analisis data, diperoleh nilai VIF untuk tangible sebesar 1.237 (< 5), dengan nilai tolerance 0.808 (> 0.10), selanjutnya variabel responsiveness sebesar 1.401 (< 10), dengan nilai tolerance 0.714 (> 0.10), variabel assurance 1.266 (< 10), dengan nilai tolerance

0.790 (>0.10), variabel *emphaty* sebesar 1.357 (<10), dengan nilai *tolerance* 0.737 (>0.10) dan variabel *reability* 1.329 (<10) dengan nilai *tolerance* 0.752 (>0.10), sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut bebas dari multikolinieritas.

5.8.2. Autokorelasi

Menguji autokorelasi dalam suatu model dengan tujuan mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel pengganggu sebelumnya. Cara mudah mendeteksi autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin Watson. Model regresi linear berganda terbatas dari autokorelasi jika nilai Durbin Watson hitung terletak di daerah tidak autokorelasi.

Pengujian autokorelasi pada penelitian ini dengan menggunakan statistik *Durbin Watson*. Apabila D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif, apabila D-W berada diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi, dan apabila D-W berada dibawah +2 ini berarti ada autokorelasi negatif.

Tabel 5.8 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.801 ^a	.641	.621	1.75832	1.763

a. Predictors: (Constant), *Reability*, *Tangible*, *Assurance*, *Emphaty*, *Responsiveness*

b. Dependent Variable: Peningkatan Jumlah Pasien

Sumber : Data Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil uji Durbin-Watson tabel diatas, nilai DW untuk ketiga variabel independen adalah 1.763 yang berarti nilai DW berada diantara -2 sampai +2 sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi dalam model penelitian ini.

5.8.3. Heteroskedastisitas

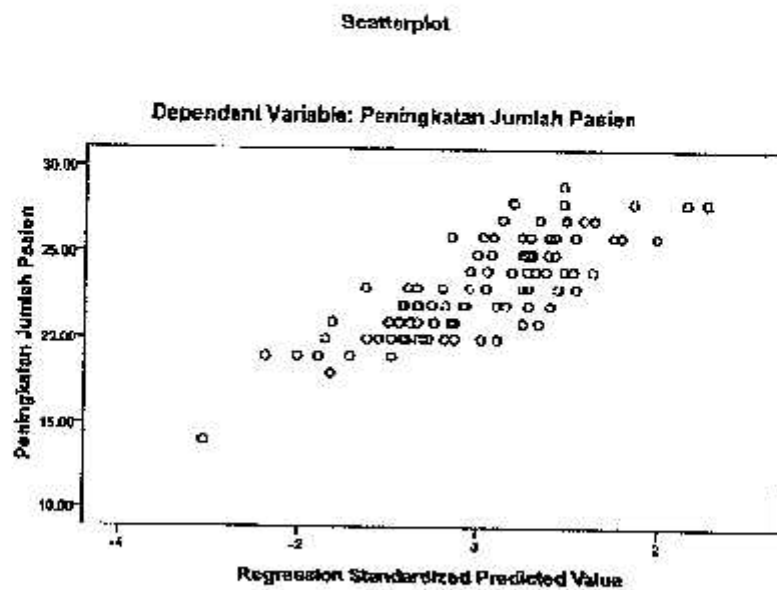
Untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual, dan dari suatu pengamatan lain. Jika varian dari residualnya tetap, maka tidak ada heterokedastisitas.

Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilihat dari ada tidaknya pola tertentu pada grafik Scatterplot. Jika membentuk pola tertentu, maka terdapat heterokedastisitas. Dan jika titiknya menyebar, maka terdapat heterokedastisitas.

Menurut Ghazali (2005 : 105) ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas yaitu dengan menggunakan *scatterplot*. Dengan menggunakan *scatterplot* heterokedastisitas dapat dideteksi jika *scatterplot* menunjukkan adanya pola tertentu seperti titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur. Jika *scatterplot* membentuk suatu pola yang jelas serta data menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu "Y", maka terdapat heterokedastisitas pada model penelitian.

Scatterplot dapat dilihat pada Gambar 5.2 berikut.

Gambar 5.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Hasil Penelitian

Berdasarkan grafik di atas, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini bebas dari heteroskedastisitas.

5.9. Analisis Data

Metoda statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi berganda dengan bantuan perangkat lunak *SPSS for Windows versi 17*. Metoda yang menghubungkan satu variabel dependen dengan beberapa variabel independen, sesuai dengan hipotesis yang diuji dalam penelitian.

Persamaan regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Adapun persamaan dari regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + e$$

Keterangan :

Y	= Peningkatan jumlah pasien
a	= Konstanta
b	= Koefisien regresi
x ₁	= <i>Tangibles</i>
x ₂	= <i>Responsiveness</i>
x ₃	= <i>Assurance</i>
x ₄	= <i>Empati</i>
x ₅	= <i>Reliability</i>
e	= Variabel error

Hasil persamaan regresi ini dipakai untuk menguji hipotesis dengan menggunakan t test dengan tingkat keyakinan 95%. Jika hasil regresi p-value > 0.05 Ho tidak dapat ditolak yang berarti Ha ditolak, sebaliknya jika p-value < 0.05 ho ditolak atau Ha diterima.

Tabel berikut ini akan memperlihatkan hasil dari perhitungan untuk analisis regresi.

Tabel 5.9. Hasil Uji Regresi Berganda

variabel Independen	Peningkatan Jumlah Pasien		
	Beta	t	Sig
Konstanta	9.151		
Tangible	0.271	2.675	0.009
Responsiveness	0.265	2.465	0.016
Assurance	0.451	4.388	0.000
Emphaty	0.229	2.717	0.008
Reliability	0.326	4.211	0.000
R square	0,641	R = 0,801	
F Hitung	32.134		
F Sign	0,000		

Sumber: Data olahan

Berdasarkan tabel di dapat persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 9.151 + 0.271 X_1 + 0.265 X_2 + 0.451X_3 + 0.229X_4 + 0.326X_5$$

Dari persamaan regresi diatas menunjukkan konstanta bernilai negatif sedangkan koefisien regresi dari β_1 , β_2 , β_3 , β_4 dan β_5 , bernilai positif. Hal ini menunjukkan variabel-variabel bebas apabila ditingkatkan maka akan menimbulkan peningkatan pada variabel terikatnya.

1. Konstanta sebesar 9,151 menyatakan, bahwa jika variabel independen tetap maka variabel dependen adalah sebesar 9,151.
2. koefisien regresi X_1 variabel tangible sebesar 0,271, yang menyatakan bahwa, jika nilai variabel indevenden lain nilainya tetap, dan pengaruh tangible naik 1%, maka variabel dependen (peningkatan jumlah pasien) akan mengalami peningkatan sebesar 27,10%.
3. koefisien regresi X_2 variabel responsiveness sebesar 0,265 yang menyatakan bahwa, jika nilai variabel indevenden lain nilainya tetap, dan pengaruh responsiveness naik 1%, maka variabel dependen (peningkatan jumlah pasien) akan mengalami peningkatan sebesar 26,5%.

4. koefisien regresi X3 variabel assurance sebesar 0,451 yang menyatakan bahwa assurance jika nilai variabel indeviden lain nilainya tetap, dan pengaruh assurance naik 1%, maka variabel dependen (peningkatan jumlah pasien) akan mengalami peningkatan sebesar 45,10%.
5. koefisien regresi X4 variabel emphaty sebesar 0,229 yang menyatakan bahwa, jika nilai variabel indeviden lain nilainya tetap, dan pengaruh emphaty naik 1%, maka variabel dependen (peningkatan jumlah pasien) akan mengalami peningkatan sebesar 22.90%.
6. koefisien regresi X5 variabel reliability sebesar 0,326 yang menyatakan bahwa, jika nilai variabel indeviden lain nilainya tetap, dan pengaruh reliability naik 1%, maka variabel dependen (peningkatan jumlah pasien) akan mengalami peningkatan sebesar 32.60%.

5.10 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi berganda (*multiple regression*) berdasarkan uji signifikansi simultan (*F test*), uji koefisien determinasi (R^2), uji signifikansi parameter individual (*t test*) Untuk menguji hipotesis penelitian digunakan analisis regresi berganda dengan bantuan *software SPSS (Statistical Product and Service Solution)* versi 17.0.

5.10.1 Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama menjelaskan variabel dependen seperti pada hipotesis pertama. Pengujian secara bersama-sama ini dengan menggunakan uji F. Analisa

uji F ini dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} . Namun sebelum membandingkan nilai F tersebut harus ditentukan tingkat kepercayaan $(1-\alpha)$ dan derajat kebebasan (*degree of freedom*) = $n - (k + 1)$ agar dapat ditentukan nilai kritisnya. Alpha (α) yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05 dengan hipotesis dua sisi (2 tail).

Dari hasil diatas dapat diperoleh $F_{test} 32,1134 > F_{tabel} 2,30$ dan $P Value$ sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$. Hal ini berarti variabel independen secara bersama-sama mempunyai hubungan dengan variabel dependen. Artinya variabel tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap Peningkatan jumlah pasien rawat inap pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Andini Pekanbaru. Dengan demikian hipotesis diterima.

5.10.2 Uji Parsial (Uji T)

Setelah diketahui adanya pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama, selanjutnya perlu diketahui apakah semua variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui hal itu perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan uji t statistik.

Pengujian dilakukan dengan dua arah (2 tail) dengan tingkat keyakinan 95% dan dilakukan uji tingkat signifikan pengaruh hubungan variabel independen secara individual terhadap variabel dependen, dimana tingkat signifikansi ditentukan sebesar 5% dan *degree of freedom* (df) = $n - k$.

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesis diterima, dengan kata lain variabel independen secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Begitu juga sebaliknya, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis ditolak.

Untuk menguji signifikansi dari variabel independen, dilihat dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} . Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis diterima, dan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis ditolak. besarnya t_{hitung} dapat dilihat dari t_{tabel} 1.980.

Dari hasil Uji T diperoleh nilai T_{hitung} untuk variabel tangible sebesar 2.675 (lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,980. dan P_{value} sebesar $0,009 < 0,05$.) kemudian untuk variabel responsiveness sebesar 2.465 (lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,980. dan P_{value} sebesar $0,016 < 0,05$.) selanjutnya untuk variabel assurance sebesar 4.388 (lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,980. dan P_{value} sebesar $0,000 < 0,05$.) variable empathy sebesar 2.717 (lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,980. dan P_{value} sebesar $0,008 < 0,05$.) dan untuk variabel reliability sebesar 4.211 (lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,980. dan P_{value} sebesar $0,000 < 0,05$.) karena nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ dan nilai P_{value} lebih kecil dari nilai α 0.05, maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap Peningkatan jumlah pasien rawat inap pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Andini Pekanbaru. Jadi dapat disimpulkan bahwa factor-faktor yang mempengaruhi Peningkatan jumlah pasien pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Andini Pekanbaru adalah tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy .

5.10.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) adalah sebuah koefisien yang menunjukkan persentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Persentase tersebut menunjukkan seberapa besar variabel independen (tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy) dapat menjelaskan variabel dependennya (Peningkatan jumlah pasien). Semakin besar koefisien determinasinya, semakin baik variabel dependen dalam menjelaskan variabel independennya. Dengan demikian persamaan regresi yang dihasil baik untuk mengestimasi nilai variabel dependen.

Berdasarkan perhitungan nilai tersebut diatas diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.641. Hal ini menunjukkan bahwa tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy secara simultan memberikan pengaruh sebesar 64,10% terhadap Peningkatan jumlah pasien pada Rumah Sakit Ibu Dan Anak Andiri Kota Pekanbaru. Sedangkan sisanya sebesar 35,9% dipengaruhi oleh factor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

- a) Dari hasil uji F diperoleh $F_{test} 32,1134 > F_{tabel} 2,30$ dan $P\ Value$ sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$. Hal ini berarti variabel independen secara bersama-sama mempunyai hubungan dengan variabel dependen. Artinya variabel tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap Peningkatan jumlah pasien rawat inap pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Andini Pekanbaru. Dengan demikian hipotesis diterima.
- b) Dan dari hasil Uji t diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel tangible sebesar 2.675 (lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,980. dan P_{value} sebesar $0,009 < 0,05$.) kemudian untuk variabel responsiveness sebesar 2.465 (lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,980. dan P_{value} sebesar $0,016 < 0,05$.) selanjutnya untuk variabel assurance sebesar 4.388 (lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,980. dan P_{value} sebesar $0,000 < 0,05$.) variable empathy sebesar 2.717 (lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,980. dan P_{value} sebesar $0,008 < 0,05$.) dan untuk variabel reliability sebesar 4.211 (lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,980. dan P_{value} sebesar $0,000 < 0,05$.) karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai P_{value} lebih kecil dari nilai alfa 0.05, maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap Peningkatan jumlah pasien rawat inap pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Andini Pekanbaru.

- c) Berdasarkan perhitungan nilai tersebut diatas diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.641. Hal ini menunjukkan bahwa tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy secara simultan memberikan pengaruh sebesar 64,10% terhadap Peningkatan jumlah pasien rawat inap pada Rumah Sakit Ibu Dan Anak Audiri Kota Pekanbaru.

6.2. Saran

- a. Bagi perusahaan pihak rumah sakit hendaknya lebih meningkatkan lagi tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy karena terbukti bisa meningkatkan jumlah pasien yang datang ke rumah sakit.
- b. Untuk peneliti selanjutnya disarankan agar dapat menggunakan variabel lain atau menambah variabel independen yang potensial memberikan kontribusi terhadap perubahan variabel dependen.

DAFTAR PUSTAKA

- Adikoesoemo, Manajemen Rumah Sakit, Penerbit Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 2003
- Algifari. *Analisis Regresi Teori, kasus dan Solusi*. Yogyakarta. BPFE,
- Drs. Zulian Yarnit, Msi, *Manajemen Kualitas Produk dan jasa*, Penerbit Ekonisia, Yogyakarta, 2001.
- Erni Tisnawati Sule, Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen*, Penerbit Persada Media, Jakarta, 2005.
- Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, Penerbit CV. Andi Offset, Yogyakarta, 2004
- Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, Penerbit CV. Andi Offset, Yogyakarta, 2006
- [http: //klinis.Wordpress. com.kepuasan-pasien-terhadap-pelayanan-rumahsakit/28/12/2007](http://klinis.Wordpress.com/kepuasan-pasien-terhadap-pelayanan-rumahsakit/28/12/2007)
- Gapersz, Vincent, *System Manajemen Kinerja Terintegrasi Balance Scorecard Dengan Six Sigma Untuk Organisasi Bisnis*, penerbit Gramedia Pustaka Utama, Jakarta 2003
- Hadi, Samsul, *Metodologi penelitian kuantitatif*. Yogyakarta. Ekonisia, 2006.
- Irine Diana Sari SE. MM, *Manajemen Pemasaran Usaha Kesehatan*, Penerbit, Mitra Medika, 2008
- John c. momen, Michael minor. *Pelaku Konsumen edisi V*. Penerbit erlangga. Jakarta 2002
- Kasmir, SE, MM, *Etika Costumer Service*, Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2005
- M. taufiq Amir, *dinamika pemasaran*. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta 2005.
- Philip Kotler dan AB Susanto, *Manajemen Pemasaran Indonesia*, Penerbit PT. Salemba Empat Patria, Jakarta, 2000.
- Philip Kotler dan Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta, 2001.
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Penerbit, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta 2005

Rambat Lupiyoadi dan A Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi II*, Penerbit PT, Salemba Empat, Jakarta, 2006.

Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi I*, Penerbit PT, Salemba Empat Patria, Jakarta, 2001

Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* edisi 1 cetakan 7, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta 2004

Umar, Husein.. *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: PT Gramedia, Liberty 2003.

Zaharuddin Harmiaizar *Menggali Potensi Wira usaha edisi 2*. Bekasi: cv Dian Anugera Perkasa 2006.